

Tartu Ülikool
Semiootika osakond

Nele Tammeaid

PERSONAALSE FOTOGRAAFIA FUNKTSIOONID

KAASAEGSES VISUAALKULTUURIS

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Peeter Torop

Tartu 2016

Olen bakalaureusetöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelistele seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Nele Tammeaid(*allkiri*)

.....(*kuupäev*)

Sisukord

Sissejuhatus.....	3
1. Foto.....	7
1.1 Foto kui märk.....	7
1.2 Foto kui märgisüsteem.....	10
1.3 Foto kui tekst.....	11
1.3.1 Kommunikatiivsus.....	12
1.3.2 Tähendusloome.....	16
1.3.2 Mnemoonilisus.....	18
2. Visuaalkultuur	22
2.1 Plahvatus kultuuris	24
2.2 Uus meedia	26
2.3 Tähendused kultuurile.....	27
3. Foto kaasaegses visuaalkultuuris.....	30
3.1 Digitaalfoto ja analoogfoto.....	30
3.2 Muutused fotograafia praktikates.....	32
3.3 Muutused fotograafia funktsioonides.....	35
3.3.1 Kommunikatsioon.....	36
3.3.2 Tähendusloome	40
3.3.3 Mnemoonilisus.....	45
Kokkuvõte.....	48
Kasutatud kirjandus.....	51
Summary.....	55

SISSEJUHATUS

Fotograafia praktikad ja funktsioonid on kaasaegses kultuuris muutunud seoses uuendustega info- ja kommunikatsioonitehnoloogiates. Praegusel ajal on pildistamise vahendid kättesaadavad ja lihtsad, fotode tegemine on võimalik pea igaühel ja kõikvõimalikes olukordades. Samuti on võimalik piltide avalik jagamine. Selline olukord on loonud võimaluse personaalse fotograafia tekkeks. Käesolevas uurimistöös tahaksin analüüsida, millised on personaalse fotograafia funktsioonid selles muutunud kultuurisituatsioonis.

Personaalne fotograafia hõlmab tavainimeste pildistamisharjumusi, fotode säilitamist, näitamist — sellisena, nagu fotograafia kõige laiemalt argielus esineb. Personaalne fotograafia kuulub inimeste igapäevaellu. Paljudel inimestel on kaamerad mobiiltelefonidega pidevalt kaasas. Kes ei pildista ise, puutub siiski personaalse fotograafiaga kokku, sest pildistamise kõrval on muutunud väga lihtsaks ja laialdaseks ka piltide jagamine. Nancy A. Van House (2011: 125) defineerib personaalset fotograafiat kui fotograafiat „mis on tehtud mitte-professionaalide poolt nende endi või sõprade ja lähedaste jaoks“.

„Personaalse fotograafia“ mõistele sarnaselt kasutatakse ka mõisteid „perekonnapildid“ (*„family photography“*, *„domestic photography“*), „amatöörfotograafia“ või „vernakulaarne fotograafia“. José van Dijck (2008: 72) toob välja, et „amatöörfotograafia“ rõhutab liialt kaamera kasutamiskust ning „perekonnapilt“ eeldab just perekondlikku konteksti, samal ajal kui fotograafia on seotud rohkem personaalse identiteedi kujundamisega. Personaalne fotograafia on selgelt eristatav professionaalsest fotograafiast — sellel puudub kommertslik või kunstiline taotlus. Fotod võivad iseenesest olla ka professionaalselt tehtud, kuid see eeldab siiski spetsiifilist „fotograafi ja subjekti vahelist kontakti, mis ei ole omane teist tüüpi

fotograafia. Personaalsed pildid on tehtud spetsiaalselt portreerimaks indiviidi või gruppi, millesse ta kuulub, *nii nagu nad soovivad end näha* ja nii nagu nad soovivad ennast teistele näidata.“ (Holland 2000: 121) Võib öelda, et personaalne fotograafia on kategooria, mis on just tänapäeval esile tõusnud. Varem oli võimalik amatöørfotograafiat eristada professionaalsest. Personaalne fotograafia ei ole otseselt seotud pildistamistehnoloogiaga, sest võimalusi on tänapäeval erinevaid — mobiiltelefonid või tahvelarvutid, kompakt- või peegelkaamerad, isegi analoogkaamerad. Nende kõrval eksisteerivad foto hübriidsed praktikad nagu digifotode printimine ja analoogfotode skanneerimine

Personaalne fotograafia kujutab küll inimese isiklikku elu, kuid see on eristatav privaatsest elust. David Bate (2016: 42) räägib personaalsest fotograafiast kui millestki, mis asub avaliku ja privaatse vahepeal:

Isiklik elu ei ole sama mis avalik või privaatne (intiiimne) elu, kuigi piirid nende kategooriate vahel on pidevas muutumises. Traditsiooniliselt on elu intiimne osa peidetud, privaatne ruum on teiste pilkude eest varjatud. Uues „personaalses“ diskursuses on avalik ja privaatne väli tihti koondunud personaalse elu mõiste alla.

Personaalsete fotode sisu ei ole võimalik täpselt piiritleda. Bate (2016: 48) ütleb, et „ei ole essentsiaalset, mingit eriomast tüüpi sisu, mis annaks meile personaalse fotograafia definitsiooni“. Isiklikud fotod kujutavad seda, kuidas inimene ise ennast näeb, tahab näha, mäletada ning ka teistele esitleda. Pildistatav objekt võib olla kõik, mis ühe inimese ellu puutub. Personaalset fotograafiat ei saa defineerida selle pildi sisu järgi, vaid selle järgi, kelle kohta need pildid käivad, kelle elu kujutavad.

Personaalne fotograafia on selles mõistes uut tüüpi diskursus või fotograafia valdkond, mis tegeleb inimese „tunnete struktuuriga“, mis on esitatud piltide voos. See piltide voog, millega kaasnevad mõnikord sõnad või lühike tekst, võib avaldada, mida keegi sööb või joob; nende kehasid, riideid või soengut; kellega nad koos on; nende sotsiaalset staatust; uusi asju ja ostetud tarbeesemeid; ebatavalasi asju, mida nähakse; kuulsusi; raamatuid, taimi, loomi jne. See nimekiri, potentsiaalselt lõputu, saab piltide jadaks, mis jookseb mõnel veebilehel ja on kuvatav erinevatel individuaalsetel visuaalse informatsiooni ekraanidel. (Bate 2016: 42)

Seega personaalne fotograafia ei ole pelgalt inimese isiklikud pildid — võib öelda, et see on uus valdkond, mis on esile kerkinud just digitaalse meedia ja kultuuriga. See hõlmab inimese isiklikku pildistamist, mis väljendub lakkamatu piltidevoona; on individuaalne ning nende piltide jagamine toimub läbi kaasaegsete info- ja kommunikatsioonivahendite.

Oma uurimistöö esimeses osas ma analüüsin, kuidas foto semiootilise objektina toimib, millised on selle olulisemad tunnused ja funktsioonid. Arutlen, kuidas üldiselt võiks fotot käsitleda märgina, märgisüsteemina ja tekstina. Fotograafia analüüsimisel toetun Juri Lotmani tekstuaalsuse printsiipidele, mis toob teksti põhifunktsioonidena välja kommunikatsiooni, tähendusloome ja menmoonika. Arvan, et foto analüüsimine teksina lähtuvalt nendest funktsioonidest võib olla väga viljakas. Erinevad personaalse fotograafia uurijad on foto funktsioonidena nimetanud sarnaseid kategooriaid, mida on võimalik koondada Lotmani kolme tekstifunktsiooni alla. Näiteks Nancy A. Van House (2011) on isikliku foto funktsioonidena nimetanud isiklikku ja kultuurimälu; suhete loomise ja hoidmise; eneseesitluse; eneseväljenduse. José van Dijck (2008) on foto muutumist kultuuris analüüsinud läbi selle mälu, kommunikatsioon ja identiteediloome.

Töö teises peatükis püüan leida vastuse, milles seisneb kaasaegse kultuuri eriline visuaalsus. Uus meedia on olnud kui plahvatus kultuuris, mis on mõjutanud selle kõiki valdkondi. Need muutused on toimunud nii tehnoloogias kui ka üldisemalt kultuuris ja ühiskonnas. Püüan välja tuua olulisemad omadused, mis on olulised kultuuri visuaalsuse kirjeldamisel.

Uurimistöö viimases peatükis tahaksin analüüsida, kuidas personaalse foto funktsioonid avalduvad kaasaegses visuaalkultuuris. Digitehnoloogia on muutnud pildistamispraktikaid, kuid oma olemuselt ja põhieesmärkidelt ei ole vastandu digifotograafia analoogsele — see toimib ikka sarnaselt varasemale. Kuid tehnoloogilised ja sotsiokultuurilised muutused on mõjutanud personaalse fotograafia praktikaid ja sellest tulenevalt on toimunud nihked ka foto kommunikatiivses, tähendustloovas ja mnemoonilises funktsioonis.

Töö eesmärk on anda teoreetiline ülevaade personaalsest fotost kaasaegses kultuuris. Visuaalsus on kultuuris aktuaalne teema ning fotograafia praktikad ning tähendus on sellega seoses pidevas muutumises. Semiootiline lähenemine annab võimaluse fotot piiritleda ja analüüsida kui teksti. Lotmani tekstiteooria on siinkohal heaks raamistikuks. Selle põhjal on võimalik analüüsida kitsamalt fotograafia praktikaid, väljundeid, konkreetseid teoseid või fotode esitlusi reaalsetes, digitaalsetes albumites. Uus meedia areneb kiiresti ning sellega seoses ka personaalne fotograafia, mistõttu väärib see teema kindlasti rohkem mõtestamist.

1. FOTO

Foto esineb erinevates vormides ning neid tehakse ja kasutatakse mitmetel eesmärkidel. Mind huvitab eelkõige, kuidas ja miks inimesed oma isiklikku elu jäädvustavad ja seda teistega jagavad. Personaalsed fotod ei ole pelgad representatsioonid, koopiad — need kannavad olulisi tähendusi inimese enda ja tema lähedaste, sõprade jaoks.

Selles peatükis iseloomustan üldiselt foto olemust märgina, märgisüsteemina ja tekstina. Toon välja selle olulisemad karakteristikud, nii nagu need traditsiooniliselt on kujunenud. Arutlen, kuidas teksti funktsioonid väljenduvad personaalse fotograafia valdkonnas. Siinkohal räägin foto omadustest ja eesmärkidest üldisemalt ja töö lõpus analüüsin, kuidas need funktsioonid on muutunud kaasaegses kultuuris.

1.1 Foto kui märk

Foto kirjeldamine märgina aitab mõista selle erinevaid funktsioone tähenduse kandmisel ja vahendamisel. Peirce'i terminoloogias võib märgi puhul markeerida ikoonilised, indeksiaalsed ja sümbolilised omadused. Need tunnused ei esine iseseisvalt, iga märk kannab endas kõiki kolme elementi. Foto puhulgi saab vaid markeerida nende omaduste peamised väljendused. Fotol saab välja tuua selle ikoonilised, indeksiaalsed ja sümbolilised omadused, aga fotot ei saaks pidada iseseisvaks märgitüübiks.

Foto **ikoonilisus** viitab selle sarnasusele reaalsusega. Foto on väga täpne, kiire ja detailne representatsioonivahend. See on kahtlemata üks foto olulisemaid omadusi, mistõttu fotograafia sünni oli suur tehnoloogiline revolutsioon. Fotokujutis võib väga sarnane olla välise reaalsusega, kuid see on siiski eksitav — sarnasust ei tohiks tõlgendada samasusena. See ongi aluseks, miks läbi aegade on fotograafiaga käinud kaasas tõe müüt.

Ent hoolimata tõepäraseelusest, mis muudab kõik fotod mõjuvaks, huvitavaks, võrgutavaks, ei eristu fotograafi tegevus enamasti ähmasest balansseerimisest kunsti ja tõe vahel. Isegi kui fotograafid on eriti kiivalt tegelikkuse kajastamise peal väljas, kummitavad neid ikka maitse ja südametunnistuse vaikivad imperatiivid. (Sontag 2006: 14)

Susan Sontag sõnastab olulise — kuna autorit ei ole võimalik fotost taandada, siis ei saa seda ignoreerida. Foto on subjektiivne ja kujutis on alati seotud elementidega tajutavast reaalsusest, kuid sealjuures see loob alati uue reaalsuse.

Roland Barthes (2015: 44) ütleb, et fotokunst on lähemal teatrikunstile kui maalikunstile. Nõustun, et fotos on alati vähemal või rohkemal viisil lavastuslikku.

Puht „ontoloogilises“ võtmes võiksime julgelt väita, et igasugust tüüpi reaalsuste või väljamõeldiste pildiks tegemine — reaalsuste kadreerimine/ seadmine/ astendamine/ tihendamine/ salvestamine — on oma olemuselt lavastuslik ja lisada, et dokumentalistika on seega vaid lavastuse erijuhtum /.../. (Linnap 2007: 185)

Howard S. Becker (1974: 15) ütleb, et fotograafilise tõe üle diskuteerides ja seda analüüsid tuleks eristada kahte väidet: „*X on tõene millegi suhtes*“ ja „*X on kogu tõde millegi suhtes*“. Foto on oma olemuselt fragmentaarne — kujutis on vaid fragment, mis on välja rebitud kulgevast ajast ja ruumist. Kaadri piirid jätavad alati midagi välja. Kujutis on salvestatud läbi objektiivi, mis toimib teistmoodi kui inimsilm, seda mõjutavad vaatenurk, fookuskaugus, teravus, valgus ja muud tehnilised kategooriad. Foto võib edastada mingit olukorda loomutruult, kuid sellesse tuleks suhtuda kui kellegi subjektiivsesse tõlgendusse. Igasuguse pildistamise puhul määravad tulemuse pildistaja valikud ja seega on foto alati hinnanguline. Foto ei peegelda reaalsust, vaid loob uue reaalsuse, kuna selles on valitud pildistatav objekt, aeg, ruum, vahendid ja meetod. Hoolimata foto järeltötluse lihtsustumisest, kättesaadavusest ja laia praktikast jääb alati teatud ootus fotole kui millegi objektiivse tõestusele. „Foto kehtib mingi sündmuse toimumise ümberlõkkamatu tõendina. Pilt võib moonduda, kuid eeldus, et eksisteerib või eksisteeris midagi pildil kujutatavaga sarnast, jääb püsima.“ (Sontag 2006: 14)

Foto **indeksiaalsus** viitab fotokujutise ja reaalse hetke põhjuslik–tagajärg seosele ja füüsilisele suhtele. Kujutis on otseselt valguse poolt joonistunud valgustundlikule materjalile ja salvestatud. „Foto pole üksnes kujutis (nii nagu maal on kujutis), tegelikkuse tõlgendus; see on ka jälg, midagi, mis on tehtud otse tegelikkuse šablooni järgi nagu jalajälg või surimask“ (Sontag 2006: 172). See kokkupuude reaalselt olnuga vaid kinnitab foto tõe müüti. Foto tekitab hõlpsasti mulje, et see on reaalsuse jälg, mis edastab adekvaatselt, tõeselt olnut. Foto indeksiaalsust rõhutatakse tõestamise eesmärgil: midagi sellist on tõepoolest juhtunud. Sellisel funktsioonil kasutatakse fotot paljudes valdkondades, näiteks kriminalistikas tõendite kogumisel ja esitamisel, ametiasutustes dokumentatsioonis, arhiivides jne. Kuid ka isiklik foto täidab tihti tõendamise funktsiooni. Pildid puhkusereisist kehtivad kui tõendusmaterjal, et seal on tõepoolest viibitud, ning need kinnitavad seda ka teistele.

Tähendusloome protsessis on kõige olulisem foto puhul tema võime **sümbolilisi** tähendusi kanda ja luua. Fotod kannavad endas korraga palju erinevaid tähendusi — need on polüseemilised märgid. „Foto on mudel ja selle esitatav reaalsus on aga alati sümboliline“ (Linnap 2008: 236). Need sümbolilised tähendused markeerivad eelkõige kultuurilisi konnotatsioone, need on kultuurispetsiifilised ja kokkuleppelised. Juba foto ise kui objekt või kujutis on tugevalt sümboliline. Fotode tegemine, kogumine ja vaatamine on kultuuri-spetsiifiline tegevus. Me oleme sellega harjunud ja peame seda loomulikuks, kuid see ei ole iseenesestmõistetav. Traditsioonilistes kultuurides, kus puudub kokkupuude fotoga, ei ole sellel ka meile tuttavat tähendust. Fotograafia algusaegadel oli juba perekondlike fotode omamine märk elitaarsusest, kõrgemast sotsiaalsest staatusest. Kaasaegne foto on küll odav ja kättesaadav, kuid isiklike ja perekondlike piltide kaudu esitletakse siiski oma sotsiaalset kuuluvust. Foto sümboliliste tähenduste juures tõusevad esile ka selle vaatamine ja interpreteerimine. Fotode tähendused luuakse nii fotograafi kui ka selle pildi vaataja koostöös, see on kodeerimise ja dekodeerimise protsess. Lisaks fotokujutisele endale mõjutab selle tähendust ka selle esitamise kontekst ja kommentaarid. Personaalse foto esmane tähendus tekib üksikpildi tasandil, kuid juba teised tähendused tekivad kogu piltide voo või kogumiku kohta. Fotot saadab tihti ka sõnaline kommentaar, mis mõjutab selle tähendust.

1.2 Foto kui märgisüsteem

Foto kirjeldamine märgina on oluline selle semiootiliste funktsioonide mõistmiseks, kuid ei ole meediumi analüüsiks siiski piisav. Kuna fotograafia loob märke, siis võib seda mõtestada kui märkidest koosnevat süsteemi ehk keelt. See on tihe ja keeruline visuaalne märgisüsteem, millel on oma paradigma ja süntaktika.

Juri Lotman (1991: 9) eristab primaarseid ehk loomulikke keeli ja sekundaarseid keeli, mis ehituvad esmastele. Fotograafia, kui visuaalne keel koosneb paljudest visuaalsetest koodidest, mida kasutatakse tähenduse loomisel ja edastamisel. „Kunsti kui modelleeriva süsteemi sisuks on tegelikkuse maailm, mis on tõlgitud meie teadvuse keelde, mis omakorda on tõlgitud antud kunstiliigi keelde“ (samas). Foto aluseks on loomulik keel, kuid tegelikult koosneb see veel enamatest tasanditest. Kujutise tõlgendamisel tuleb teada ja arvestada erinevaid tehnoloogilisi, kultuurilisi, kehakeelelisi jm struktuuralseid süsteeme. Nende tasandeid tuleb nii pildistajal kui vaatajal pidevalt ümberkodeerida.

Seega on esimese funktsiooni seisukohast loomulik kujutada endale teksti ette kui *ühe* keele manifestatsiooni. Sel juhul on tekst homostruktuurne ja homogeenne. Teise funktsiooni vaatepunktist on tekst heterogeenne ja heterostruktuurne, ta on üheaegselt mitme keele manifestatsioon. (Lotman: Tekst ja kultuuri mitmekeelsus)

Lotman (2004: 9) väidab, et iga keelt on vaja õppida. Keele, sealhulgas ka emakeele, valdamine on alati õppimise tulemus. Fotokeelel, nagu igal teiselgi, on oma reeglid, mida peab teadma ja õppima, et osata fotot lugeda. See, et me fotol inimese tuvastame, tundub elementaarne, sest me oleme selle oskuse omandanud. Ometi ei ole see loomulik neile, kes ei ole fotot kunagi näinud. Kultuuriruumis, kus ei tunta fotograafilist perspektiivi, ei ole iseenesestmõistetav, et suur objekt on lähedal ja väike kaugel. Seda võib võrrelda röntgen- või ultraheli piltide lugemisega, mis on arusaadav vaid selle spetsiifilise pildikeele valdajale.

Veel enam, „sarnasuse“ mõiste ise, mis tundub nii vahetu ja vaatajale algselt antuna, osutub tegelikult kultuurifaktiks, mis lähtub eelnevast kunstikogemusest ning antud ajaloolistes tingimustes vastuvõetud kunstiliste koodide tüüpidest. Näiteks on meid ümbritsev reaalne maailma värviline, mistõttu selle mustvalge peegeldus fotograafias on tinglik. Ainult harjumus seda tüüpi tinglikkusega, sellega seotud teksti dešifreerimise reeglite omaksvõtt, lubab meil kaadris taevast vaadates tajuda seda raskusteta pilvitusinisena. (Lotman 2004: 33)

Fotol sekundaarse keelena on süntaktilised reeglid, mis hõlmavad üksikmärkide ühendamist. Nii on fotograafias reeglid, kuidas pildistada, pilte töödelda, esitleda. Sellised reeglid on tihti

meile iseenesestmõistetavad, kuna oleme omandanud oskuse teha pilte ja neid vaadata. Süntaktilised reeglid võivad olla ka spetsiifilisemad, näiteks portreefotograafia puhul modelli valgustamine, arhitektuurifotos perspektiivi seadmine jne. Semantilised reeglid määravad foto sisu. Pildi tähendusloome on keeruline protsess, see hõlmab märke nii fotograafia kui ka pildil kujutatu kohta.

Kuigi tänaseni on üheselt lahendamata pildi- (sh foto-)keele küsimus, on siiski huvitavam/ olemuslikum arvata, et sääraseid uurimusi on põhjust läbi viia keele geneesi tasandil, mitte aga mehaaniliselt verbaalse keele ja piltide partikulaaridest paralleele otsides ega tähenduste/ tähendusloome anatoomiat staatiliselt võttes. Kuigi semiootikale on loomumane tähenduslike kontiinumide killustamine diskreetseteks osadeks, ühikuteks ning seejärel nende osakeste invariantide otsimine, pole see veel kaugeltki kõik, mida märgiloometeadus meetodina ad hoc režiimis pakkuda suudab. (Linnap 2008: 15)

Foto kirjeldamine keelelise süsteemina võiks olla tõhus, sest selle toimimine on sarnane loomulikule keelele — sellel on oma korrastus ja reeglid. Kuid selline meetod oleks keeruline, sest ei ole võimalik tuvastada ühte, konkreetset fotokeelt. Foto kasutab erinevates valdkondades erinevaid märke ja toimib erinevalt: personaalne foto erineb kunstilisest fotost, arhitektuuri- või dokumentaalfotost.

1.3 Foto kui tekst

Ilmselt ei ole võimalik rääkida ühest üldkehtivast fotokeelest. Fotograafilise kujutise loomises kasutatakse küll sarnaseid märke ja reegleid, kuid täpsem keelesüsteem sõltub juba foto objektist, žanrist, kontekstist, eesmärgist, autorist jm. Samuti ei saa rääkida tekstist kui ühe keele realisatsioonist, tekst on alati mitmekeelne. Seepärast arvan, et foto uurimisel ja analüüsimisel oleks otstarbekas lähtuda fotost kui tekstist. Teksti põhjal on võimalik konstrueerida ka seda organiseeriv keel, selle kasutatavate märkide paradigma ja nende kasutamise kord.

Lotman (Tekst ja kultuuri mitmekeelsus) toob välja levinud arusaama, et „kuna tekst on alati tekst mingis keeles, siis on keel alati loogiliselt — aga tihti arvatakse et ka kronoloogiliselt — antud enne teksti“. Sellise vaate kohaselt on tekst ühe keele väljendus ning

see täidab vaid sõnumi võimalikult täpse edastamise ülesannet. Tekstisisesed dialoogid selle erinevate süsteemide vahel teevad tekstist „tähenduste/mõtete generaatori, aga mitte ainult temasse väljastpoolt sisestatud tähenduste passiivse hoidla“(samas). Lotman (samas) ütleb ka, et kunstiteoste puhul „autor loob unikaalse teksti, st teksti veel tundmata keeles ja auditoorium peab teksti vastuvõtuks omandama uue keele, mis on loodud ad hoc“. See toimib samamoodi, nagu ka laps omandab keelt ja selle reegleid tekstide põhjal. Seega, keelt võib konstrueerida ka teksti põhjal.

Lotman (2006: 94–96) nimetab teksti oluliste tunnustena väljenduslikkuse, piiritletuse ja struktuursuse. Need omadused on ka foto kui teksti olulised tunnused: foto on visuaalse fotokeele väljendus, see on piiritletud nii vormilt kui sisult ning seesmine korrastus muudab selle struktuurseks tervikuks.

Teksti peamised funktsioonid on Lotmani järgi kommunikatiivsus, tähendusloome ja mnemoonilisus, mida ta on lähemalt analüüsinud artiklis „Tekst ja kultuuri mitmekeelsus“. Neid funktsioone on foto kirjeldamisel kasutanud ka Peeter Linnap (2008: 68). Teksti funktsioonid ei ole üksteisest lahutatavad ning need ei eksisteeri iseseisvalt. Teksti kommunikatiivne funktsioon seisneb teksti kui teate edastamises, loomingulisus täidab uute tähenduste loomise ülesannet ning mnemoonilisus tagab tekstide salvestamise ja mäletamise. Funktsioonide eristamine aitab tekstide olemust ja mõju analüüsida ning need võimaldavad ka fotograafia tähendusi kultuuris mõista. Vaatlen neid omadusi järgnevalt veel eraldiseisvalt.

1.3.1 Kommunikatiivsus

Selle kategooriaga seoses meenub keskse märksõnana suur hulk instrumentaalseid *informeerimisakte*, mille detailsem loetelu läheks ilmselt koormavaks. Tüüpiliste näidetena võiks siiski tuua kogu laiaulatusliku sotsiaalse *acta diurna*, kuid ka isiklikku laadi ikoonilise kommunikatsiooni *postkaartide*, *võrgupiltide*, *MMS-ide* jmt näol. (Linnap 2008: 68)

Juri Lotman (Tekst ja kultuuri mitmekeelsus) peab teksti esmaseks funktsiooniks **kommunikatiivsust**. Kommunikatsioon täidab teksti kõige lihtsamat ülesannet: teate edastamist. See funktsioon on tekstis kergesti haaratav ja analüüsitav. „Seetõttu loeti seda

pikka aega põhiliseks, aga paljude lingvistide jaoks ka ainukeseks keelefunktsiooniks“ (samas). Sellisel juhul oleks keele ülesanne lihtsalt teate võimalikult täpne edastamine. „Igasugune muutus teate tekstis on moonutus, “müra” — süsteemi halva töö tulemus“ (samas). Kommunikatiivse funktsiooni põhjal on võimalik teksti analüüsida kui ühe keele realiseerimise, mille eesmärk on sõnumi selge edastamine.

Kommunikatiivsele funktsioonile orienteeritud personaalsed pildid võiksid olla lihtsad pildid, mis täidavad mingi konkreetse sõnumi edastamise ülesannet. Näiteks traditsiooniliste piltpostkaartide saatmine või praegusel ajal levinud nähtus pildistada ja jagada sotsiaalmeedia kanalites pilte toidust, mida süüakse.

Foto toimib kommunikatsiooniprotsessis väga efektiivselt informatsiooni salvestajana, kandjana ja edastajana. Selles on tihti võimalik salvestada ja edastada infot rohkem, täpsemalt, tihedamalt kui sõnaline tekst seda suudaks. Marie-Laure Ryan (2012) väidab, et kujutistel on järgnevad narratiivsed tugevused: need annavad paremini edasi ruumisuhteid, väljendavad emotsioone läbi näoilmete ja kehakeele ning vahendavad ilu otseselt. Näiteks arhitektuuri kohta ei ole võimalik luua detailsemaid ja täpsemaid kirjeldusi ei sõnade ega joonistega. Samuti võimaldab foto väljendada seda, mis on keeruline verbaalselt väljendada — emotsionaalset, tunnetuslikku, sensorset. Isiklike piltide puhul on emotsionaalsus väga olulisel kohal. Läbi aegade on perekonnavalbumites jäädvustatud olulisi sündmusi nagu sünnipäevad, pulmad, puhkus, mille puhul soovitakse salvestada ülevat meeleolu.

Kuid pildidel on ka kommunikatiivsed puudused: kujutised ei vahenda ajalist mõõdet, ei suuda kujutada keelt ja mõtteid, põhjuslikke seoseid, vastuolulisust, erinevaid võimalusi; need ei võimalda kommenteerida, lisada seletusi, edastada kahtlusi ja võimalusi (Ryan 2012). Kõige olulisem on see, et pildid ei suuda väljendada eitust — seda mida ei ole. „Pildid ei saa representeerida, portreteerida, sümboliseerida, öelda, tähendada või viidata asjadele mis oleks samaväärne verbaalse ütlusega “see ei ole...” või “sellisel juhul ei ole ...” (Worth 1981:173).“ Võib öelda ka, et kuna pildid ei saa eitada, ei kehti nende puhul tõe ja väära kriteeriumid — pildid ei saa edastada väiteid (samas, 174). Fotosid võib erinevalt tõlgendada, neid esitada vastuolulise kommentaariga, kontekstiga või neid tahtlikult võltsida (nt retušeerimida, digitaalselt töödelda), kuid otseselt kujutise enda kaudu valeväidete esitamine ei ole võimalik selliselt nagu verbaalses keeles.

Valetamine on teadlik, intentsionaalne akt, omalaadne kommunikatiivse kokkuleppe rikkumine. Väär väide seevastu võib olla ka eksituse, mitteteadmise, keele või konteksti mittetundmise saadus. Otsese pildilise valetamise võimalused on küllaltki ahtad ning selle määratlemine nõuab paratamatut taustinfot, konteksti tundmist. Just tõe–väärte teljel jääb piltkujutis suures osas sõltuma verbaalsest ümbrusest. (Sarapik 2006: 50)

Fotod on polüseemilised objektid, läbi sümboliliste märkide on võimalik väga tihedalt infot salvestada ja edastada. Juri Lotman (2000: 90–91) kirjeldab kunstitekste kui äärmiselt ökonoomseid, võimsaid, tõhusalt korraldatud moodusi informatsiooni säilitamiseks ja edastamiseks. Selliste omaduste poolest on kunstiteos unikaalne ja sellist ei esine muudes inimeste poolt seni loodud informatsiooni kondenseerimise ja edastamise vahendites. Kui inimene suudaks tuvastada kogu kunstiteksti ülesehituse saladused, võiks see olla lahendus informatsiooni kokkusurumise küsimusele (samas).

Kommunikatiivsus avaldub fotos juba selle loomisprotsessi ajal. Enamasti see nõuab **kontakti** loomist pildistaja ja pildistatava vahel (välja arvatud need juhtumid, kui pildistatakse eluta objekte või pildistusakt jääb märkamatuks). Pildistamise ajal fotograaf tavaliselt mingil moel suhtleb pildistatavatega — ta võib endast märku anda, sõnadega suhelda või lihtsalt silmside luua. Olulistel perekondlikel sündmustel püütakse tihti ka teha inimestest ühispilt, mille tarbeks kokku kogunetakse.

Personaalsete fotode kaudu kajastatakse, luuakse ja hoitakse **sotsiaalseid suhteid**. „Fotod peegeldavad sotsiaalseid suhteid kuid ühtlasi aitavad neid ka neid konstrueerida ning hoida“ (Van House jt 2004: 7). Esmalt väljenduvad suhted kujutiselt — keda on pildistatud, kus ja millal on foto tehtud, kes on kellega koos, kes puudub, jne. Fotost võib kõnelda kui performatiivsest kõneaktist — millegi kujutamisega see ühtlasi ka konstrueerib ja kinnitab loodut. Fotodest kui kõneaktidest rääkimine toob esile ka fotode vaatamise konteksti ja intersubjektiivsed suhted, millega foto performatiivne jõud ja tähendus luuakse (Levin 2009: 329). Kellegagi koos pildile jäämine võib kujundada suhteid reaalses elus. Näiteks portree endast sõbraga ja selle jagamine nii sõnastab sõbrasuhte kui ka kinnitab seda. Pilt justkui tõestab suhet ja pildi näitamine teistele inimeste omakorda taaskinnitab ja säilitab seda arvamust.

See toob esile järgmise foto kommunikatiivsuse väljenduse — foto tähendus luuakse nende **vaatamisel**. Ariella Azoulay (2008: 23) ütleb, et „fotod on kui konstrueeritud kui lausung (*énoncés*), mille tähendus luuakse ühises (valesti)mõistmises, ning see tähendus /.../ ei

ole sealjuures adressandi ja/või adressaadi omand“. Fotode tähendus sünnib fotograafi ja foto vaataja koostöös.

Fotode näitamisel ja vaatamisel luuakse narratiive, mis on seotud ka foto mnemoonilise funktsiooniga „Mälestuste jagamine läbi narratiivide loomise mängib olulist rolli isiklike suhete konstrueerimisel ja säilitamisel.“ (Gye 2007: 281) Fotode juurde jutustatakse lugusid, mis täidavad nii mäletamise funktsiooni, kui ka kinnitavad suhteid.

Fotosid näidatakse erinevatel viisidel. Traditsiooniline fotograafia eeldab selleks enamasti vahetut kontakti inimeste vahel. Paberfotosid võib ka saata näiteks postiga, kuid kaudne kontakt on siiski olemas. Paberfoto on materiaalne ning vaatamisprotsessi juurde kuulub ka selle tunnetamine. „[F]otode vaatamine, isegi kui need on albumis, on taktiilne ja meeleline kogemus“ (Gye 2007: 283). Vana paberfoto vaatamine on teistmoodi kogemus, kui seda saab sõrmede vahel tunnetada. Samamoodi kõnelevad ka albumid oma vormi, faktuuri ja lõhnaga. Digitaaltehnoloogia on vaatamisprotsesse suures osas muutnud ja neid analüüsin ma viimases peatükis.

Inimesed teevad ka pilte, mida nad eelistavad teistele mitte näidata. Sellisel juhul puudub kontakt ja suhtlus teisega, kuid seda võib siiski pidada kommunikatsiooniaktiks. Pildi kaudu saadetakse sõnum, mille saatja ja vastuvõtja on samas isikus. Sellist kommunikatsiooni erijuhtumit võib pidada **autokommunikatsiooniks**. Lotman (2010: 73) eristab kaht tüüpi autokommunikatsiooni: esimene on „mnemoonilist tüüpi autokommunikatsioon — endale selle teatamine, mis oli juba teada“. Selline tekst täidab eelkõige kommunikatiivset funktsiooni. mille eesmärk on teate võimalikult täpne edastamine. Selline teatedastus võib olla vajalik, kui „saatja-mina“ ja „vastuvõtja-mina“ vahel on ajaline nihe, mis muudabki vastuvõtja selles protsessis „tesieks“ või „temaks“. Sellisel juhul täidab tekst ka mälu funktsiooni. Näiteks pildistatakse enda jaoks reisil mõni objekt, et seda hiljem uuesti vaadata. Selline pilt täidab eelkõige kommunikatiivset, kuid ka mnemoonilist funktsiooni.

Teist tüüpi autokommunikatsioon on selline, „mida ligikaudu määratlevad mõisted, nagu „avastus“ ja „inspiratsioon“: minu poolt minusse sisestatud informatsioon korreleerub eelnenud informatsiooniga, mis on fikseerunud mu mälus, korrastab selle ja tulemusena saadakse väljundina märkimisväärne informatsioonihulga kasv“ (samas, 74). Sellise kommunikatsiooniakti funktsioon ei seisne enam ainult sõnumi edastamises, vaid täidab ka

enesekorrastuse eesmärgi. Taoline protsess toimub nii indiviidi kui ka kultuuri tasandil ning sellega on seotud hulk kultuurilisi funktsioone — „alates teatud kultuuritüüpides inimese jaoks hädavajalikust enese individuaalse olemise tunnetamisest ning lõpetades eneseteadvustamise ja autopsühhoterapiaga“ (samas, 140). Iseendale pildistades tõlgendab inimene oma mõtteid pildikeelde ja saab sellest uusi teadmisi iseenda kohta. Sellisel juhul on teade suunatud iseendale ning kommunikatiivsuse kõrval aktiveerub ka tähendusloome funktsioon.

1.3.2 Tähendusloome

Väljendusliku kommunikatsiooniga seotud pildistamine. Sellega võiks (kitsendatult) seostada kõiki neid arvukaid juhtumeid, mil fotografeerimist motiveerivad *poeetika* valdkonda kuuluvad faktorid. (Linnap 2008: 68)

„Peale kommunikatiivse täidab tekst ka **tähendustloovat funktsiooni**, esinedes sel juhul mitte kui etteantud tähenduse passiivne pakend vaid kui *tähenduste generaator*“ (Lotman: Tekst ja kultuuri mitmekeelsus). Kui teksti kommunikatiivne funktsioon tõi esile teksti kui ühe keele väljenduse, siis teksti loominguline omadus toob esile selle heterogeensuse ja heterostruktuursuse — tekst on ühteaegu mitme keele realisatsioon (samas). Nii väljendab foto mingit osa reaalsusest ja kasutab selleks pildikeelt. Kuid pildis realiseeruvad teisedki kultuurisüsteemid, näiteks arhitektuur, riietus, kombestik. Tekst on keeruline süsteem, erinevate süsteemide vahelised suhted loovad uusi tähendusi. Fotot ei olegi võimalik üheselt tõlgendada, sest erinevate keeled tekitavad keerulisi ja mängulisi suhteid, mis võimaldavad erinevaid tähendusi luua.

Lotman (2002: 2644) eristab kultuuris masinat ja intellektuaalset, mõtlevat objekti. Masinale on omane (1) "säilitada ja edasi anda informatsiooni (omab kommunikatsiooni-mehhanisme ja mälu), omab keelt ja võib moodustada "õigeid" teateid" ning (2) viia läbi algoritmilisi operatsioone nende teadete "õigeks", reeglipäraseks transformeerimiseks. Selline kommunikatsioon on ühepoolne teadete edastamine, mis toimub lihtsal skeemil saatja – sõnum – vastuvõtja. Kultuuritekstile on omane aga lisaks eelnevatele tunnustele ka (3) uusi teateid luua (samas). See teeb teksti **mõtlevaks objektiks**. Kui foto oleks pelgalt reaalsust

kopeeriv ja taasesitav masin, täidaks see vaid info säilitamise ja edastamise funktsiooni. Kuid foto ei edasta vaid autori poolt kodeeritud sõnumit, see loob uusi tähendusi.

Foto võime erinevaid ja mitmetasandilisi tähendusi kanda ja luua on oluline tunnus, mida tuleks silmas pidada nii fotode tegemisel kui ka vaatamisel, tõlgendamisel. Fotoga ei saa edastada ühte kindlat sõnumit vaid tuleb arvestada lisatähendustega, mille loomisel osaleb pildistaja, pildistatav ja vaataja, ning seda mõjutab kultuur ja kontekst. Olen tähele pannud, et inimesed vaatavad oma isiklike piltide puhul tihti esmalt iseennast ja/ või enda jaoks olulisi inimesi. Mind köidab võõraste piltide puhul aga hoopis ka see, mis on piltide taustal — näiteks, mis asjad on inimeste kodudes või mis tegevused on tagaplaanil. Foto ei pruugi alati ja ainult autori soovitud sõnumit kanda. Vaataja võib luua hoopis teisi, mitteintentsionaalseid tähendusi.

Barthes eristab fotode tähenduseloomes kahte tüüpi elemente: *studium*'it ja *punctum*'it. *Studium* on kultuuriline kood, mille kaudu pilti on mõistetav, „sest nimelt kultuuriliselt /.../ saan ma osa kujudest, nägudest, žestidest, stseenidest ja toimingutest“ (Barthes 2015: 39). Sellist fotot on vaatajal kerge ühemõtteliselt tõlgendada. *Punctum* on element fotos, mis köidab vaatajat ja „väljub stseenist nagu nool ja läbib minu“ (samas). *Studium* viitab foto konventsionaalsele osale, kuid *punctum* võib olla täiesti juhuslik element, mis omab vaataja jaoks subjektiivset, kirglikku ja olulist tähendust. Personaalsete fotode puhul on oluline just *studium*'i tasand, sest olulised on isiklikud tähendused. Vaatajat võib pildil kõnetada mõni juhuslik detail — vanaema pilk või hoopis kleit, mis tal seljas on.

Personaalse fotograafia valdkonnas on avaldub foto loominguline funktsioon ka **eneseväljenduses**. Võib muidugi väita, et iga foto on vähemal või suuremal määral subjektiivne, hinnanguline ning nõuab selle autorilt mingit sorti loomingulist impulssi. „[K]eegi ei tee samast asjast ühesugust pilti, /.../ fotod ei jaga tunnistust üksnes olemasolevast, vaid ka indiviidi nägemusest, need pole lihtsalt maailma dokumendid, vaid ka hinnangud“ (Sontag 2006: 103). Perekonnapiltide tegemisel ei pruugi loomingulisuse väljendamine olla eemärgipärane või esmane. Eelkõige tehakse pilte siiski oluliste hetkede jäädvustamiseks. Kuid personaalse fotograafia valdkonnas, kus foto objekt on liikunud pigem perekondlikult individuaalsele, on ka eneseväljendus muutunud olulisemaks ja see võib olla teadlikult pildistamise ajend.

Isiklike fotode puhul on tähenduste kategoorias väga olulisel kohal **eneseesitlus** ja **identiteediloom**. Isiklike piltide puhul kontrollitakse, kuidas ennast näidatakse. See protsess võib olla läbi mõeldud või ka teadvustamata — me valime endast pilte, millel me endale mingil põhjusel rohkem meeldime. Kuid fotode tegemine, näitamine, vaatamine ja nendest rääkimine ei ole mitte ainult see, kuidas me ennast esitleme, vaid see aitab kujundada ka individuaalseid ja kollektiivseid rolle (Van House 2011: 131). Identiteedi konstrueerimisel on oluline roll „teisel“/„võõral“ kultuuris, ilma milleta ei ole „enda“ konstrueerimine võimalik. „Iga kultuurile on kultuurivälise ruumi (teispoolse ruumi) olemasolu tema enda olemasolu vältimatu tingimus ning ühtaegu ka tema esimene samm enesemääratluse poole“ (Lotman 1999:46). Enese määratlemine saab toimuda millegagi võrreldes, kellegi teise suhtes. Seega on identiteediloom ka kommunikatiivne protsess. Personaalsete fotode voog on lakkamatu ja nende kaudu identiteedi konstrueerimine on samuti pidevalt arenev, olemata ühelgi hetkel täielikult fikseeritav.

1.3.2 Mnemoonilisus

Siia kategooriasse kuulub ennekõike sääraselt motiveeritud pildistamine, mille esmafunktsiooniks on *säilitamine, arhiveerimine, asendamine* jmt. (Linnap 2008: 68)

Traditsiooniliste isiklike fotode esmaseks ja peamiseks eesmärgiks võib pidada **mnemoonilisust**. Pildid suudavad erilisel viisil mälestusi äratada. Soov olulist salvestada, hetki jäädvustada ajendab inimesi kaamerat haarama ja pildistama. Isiklike piltide objektideks valitakse eelkõige oma pere, sõbrad, tähtsad sündmused, paigad, reisid — selleks, et hiljem oleks võimalik meenutada ja mäletada neid olulisi inimesi ja kogemusi. Foto võimaldab jäädvustada mingi hetke ja igal ajal selle juurde tagasi pöörduda. Nagu on tõdenud Barthes (2015:14): foto „kordab mehhaaniliselt seda, mis eksistentsiaalselt ei saa kunagi korduda“.

Sontag (Movious 1975) väidab, et visuaalsed mälestused ongi nagu fotod: „iga mälestus oma lapsepõlvest või mingist muust perioodist, mis ei ole vahetust minevikust, on pigem nagu

foto kui filmiriba”. Mälestused eksisteerivad narratiivina, kuid visuaalsed mälestused on oma olemuselt üksikud kujutised.

Mälu on kultuuri ja ühiskonna üks funktsioonidest. Institutsionaalsel tasandil tegutsevad mäluasutused, kelle eesmärk on kultuuri salvestada, säilitada, uurida ja kommunikeerida. Ka personaalsel fotol on **kultuuri ühismälu** oluline roll. Isiklikud pildid ei seo inimest ainult tema enda minevikuga, ta seob inimest kogu sotsiaalse grupiga, kuhu ta kuulub. „Fotod on nagu niidid, mis seovad meid grupimälu narratiividega“ (Gye 2007: 281). Isiklikud fotod on potentsiaalne vahend mitte ainult isiklikeks mälestuste loomiseks, vaid ka üldiste kultuuriliste ja ühiskondlike sündmuste ja protsesside kirjeldamiseks. Fotograafiline kujutis on oluline allikmaterjal kirjalike tekstide kõrval.

Lotman (Mälu kulturooloogilises valguses) eristab kahte liiki mälu: informatiivset ja kreatiivset. Informatiivne mälu toimib sünkroonsel tasandil — selle juures on aktiivne vaid resultaat, lõpptekst; kasutatakse vaid seda informatsiooni, mis on tekstis säilinud. „Sellist tüüpi mälu on tasapinnaline, asetseb ühes ajamõõtmes ja on allutatud kronoloogiale. Ta areneb ajavooluga samas suunas ja ühildub sellega.“ (Samas) Loomingulises mälus muutub aktiivseks kogu tekstide kiht. Selliselt toimib näiteks kunsti mälu. „Aktuaalsed tekstid valgustuvad mälu helgis, aga mitteaktuaalsed ei kao, vaid justkui kustuvad, saades võimaluseks. Selline tekstide jaotumine on mitte süntagmaatilise, vaid kontinuaalse iseloomuga.“ (Samas)

Personaalsete fotode puhul on aktiivsed mõlemad mälu vormid. Üksikpilt toimib eelkõige informatiivsel tasandil, kuid foto teiste piltide kontekstis kõneleb rohkem. Foto toimib hästi informatsiooni kandjana — sellelt on võimalik välja lugeda (ajaloolisi) objekte, inimesi, sündmusi jm. Alati ei olegi vaja rohkem teada, kui seda, mis informatsiooni üks lõpptekst sisaldab, näiteks fotodokumendi alusel isiku tõendamine. Aga fotograafilisel tekstil on võime ka uusi tähendusi luua. Üks pilt kõneleb rohkem, kui sellelt esmapilgul välja lugeda on võimalik. Teksti analüüsimisel ilmnevad selles märgid, mis kõnelevad ka selle teksti tausta, loojate, konteksti, kogu kultuurilise konteksti kohta. „Mälu ei ole kultuuri jaoks passiivne hoidla, vaid moodustab osa tema tekstiloomes mehhanismist“ (samas).

Mäletamine on osa kultuuri ja indiviidi identiteedi konstrueerimise protsessist. Fotode jälgimine ja kogumine aitab **enesenarratiivi** koostada. Kuid kuna personaalsete fotode

tegumine ning nende valik on subjektiivne, siis tuleb arvestada, et ka enesenarratiivid ei ole objektiivsed. Mälu on selektiivne. „Mälu abil loodud minevikunarratiiv võib vaid mineviku reaalsust väänata ja vaeleks muuta, samas eksisteerib minevik ainult olevikus“ (Freeman 1993: 52). Fotod, mille kaudu me ennast esitleme, näitavad seda, kuidas ja millisena me ennast esitleda tahame. Neisseri (1994: 2) narratiiviteooria järgi on võimalik jagada autobiograafiline mälu neljaks osaks: (1) tegelikud sündmused minevikus ja ajalooline mina, kes neis osales; (2) need sündmused, nagu neid tollal kogeti, sealhulgas indiviidi enese tolleaegne tajutud mina; (3) mäletav mina — indiviid, kes üritab neid sündmusi meenutada mõnel hilisemal ajal ja mingil põhjusel; (4) sel hilisemal ajal ja põhjusel konstrueeritud mäletatud mina. Personaalne foto äratav mälestusi, ning selles aktiveeruvad mälu erinevad tasandid — kujutis illustreerib seda, milline oli sündmus; tuletab meelde, kuidas seda kogeti; seob mälestused käesoleva hetke ja isikuga. Narratiive esitatakse olevikus ja seega on mälu erinevad tasandid alati fotos esindatud.

Foto mõjub tõestusena, kuid on samas kergest reaalsust moonutav. Moonutus võib eksisteerida pildi tasandil — objektiivi omadustest, kaadri valikust tulenevalt. Kuid see moonutus võib olla ka sisuline, millised fotod mingit sündmust jäädvustavad. Fotod mõjutavad ajaloonarratiivide moodustamist, seda kuidas me asjadest arvame ja räägime.

Niisiis, meie mälu on väga keeruline ja ei pruugi alati tõene olla. Fotod võivad aidata meil mäletada, kuid on samuti eksitavad. Sontag (2006: 17) ütleb, et „fotod annavad inimestele kujuteldava kontrolli ebatõelise mineviku üle“. Fotod esitlevad minevikust mingeid fragmente, mis on reaalsusega sarnased, kuid mis ei esitle reaalsust objektiivsena. Minevikust rääkimine toimub aga olevikus ja on seotud sellega, kuidas seda näha ja esitleda soovitakse.

Lotman (Tekst ja kultuuri mitmekeelsus) toob välja, et ka kultuuri tasandil toimib mälu selektiivsus. Kollektiivselt otsustatakse, mis väärrib mäletamist ja mis unustamist.

Iga kultuur määratleb oma paradigma sellest, mida peab mäletama (st säilitama) ja mida peab unustama. Viimane heidetakse kollektiivi mälust välja ja „justkui lakkab olemast“. Kuid vahetub aeg, kultuuriliste koodide süsteem, mäletamise–unustamise paradigma. See, mis oli kuulutatud tõeliselt eksisteerivaks, võib osutuda „justkui mitteeksisteerivaks“ ja unustusse määratuks, aga mitteeksisteeriv — saada olevaks ja tähenduslikuks. (Samas)

Mälestustega seotu tekitab nostalgiat ja sentimentaalseid tundeid, millega kaasneb ka kriitikameele nõrgenemine. Fotodesse, kui salvestisse minevikust, suhtutakse emotsionaalselt.

„Kuna fotode tekitatav põnevus on tingitud surelikkuse meenutusest, siis kutsub see esile ka sentimentaalsust. Fotod sunnivad minevikku heldimusega suhtuma, paisates segi kõlbelised seisukohad ja leevendades tänu üldistatud paatosele ajaloolisi hinnanguid.“ (Sontag 2006: 84)

Foto osaleb aktiivselt nii isiklike kui kultuuri mälestuste loomises ja esitamises, kuid nendesse tuleb suhtuda kriitiliselt. Fotod on subjektiivsed, emotsionaalsed ning meie autobiograafiline mälu on samuti selektiivne.

...

Foto analüüsimine tekstina annab võimaluse eristada foto funktsioone: kommunikatiivsust, tähendusloomet ja mnemoonikat. Kommunikatiivsus on teksti esimene funktsioon, mis väljendub kontakti loomises teistega nii pildi tegemisel kui ka nende vaatamisel. Ühtlasi peegeldab, konstrueerib ja säilitab foto sotsiaalseid suhteid. Foto tekstina koosneb kahest või enamast märgisüsteemist, mis on omavahel tõlgendamatud ning mille vahel tekivad keerulised ja tähendusloovad suhted. Foto tähendus luuakse autori ja vaatja koostöös. Personaalse foto tähendustloov funktsioon avaldub eelkõige eneseväljenduses, eneseesitluses ning identiteediloomes. Foto mnemoonilisust on peetud personaalse foto esmaseks eesmärgiks, sest pilte tehakse ennekõike oluliste inimeste, sündmuste ja hetkede meeleshoidmiseks. Personaalsed fotod ei loo ainult isiklike mälestusi, vaid aitavad ka ka kultuurimälu konstrueerida.

2. VISUAALKULTUUR

Kultuur on oma olemuselt visuaalne, hõlmates nii kujutamise, nägemise kui vaatamise praktikaid. On levinud arusaam, et kaasaegne kultuur on kuidagi eriliselt visuaalikeskne. Tõepoolest, visuaalne kommunikatsioon on saanud valdavaks nii isiklikus suhtluses kui ka avalikus ruumis. Need muutused on toimunud 20. sajandi teisel poolel ning on seotud nii tehnoloogiliste uuenduste kui ka üleüldiste kultuuriliste protsessidega, milles on üha olulisemaks muutunud nii kujutamine kui vaatamine. Neid muutusi on W.J.T. Mitchell kirjeldanud pildilise pöörde (*pictorial turn*) ja visuaalse pöörde (*visual turn*) mõistetega.

Pildiliseks pöördeks nimetab Mitchell (1994: 16):

postlingvistilist, postsemiootilist pildi taasavastamist, milles on kompleksne koosmõju visuaalsusel, struktuuril, diskursusel, kehalisusel ja figuratiivsusel. See on arusaamine, et vaatamine [...] võib olla sama sügav kui erinevad *lugemise* vormid [...] ning et visuaalne kogemus või „visuaalne kirjaoskus“ ei pruugi olla täielikult seletatav tekstimudeli kaudu.

Pildiline pööre tõstab esile pildi kui kujutise, kuid ei piirdu üksiku pildi või selle meediumi uurimisega. See pöörab tähelepanu igapäevastele näitamise ja vaatamise praktikatele ning sellele, kuidas erinevad visaalsusega kokkupuutuvad valdkonnad omavahel mõjuvad ja suhestuvad.

Artiklis „*Showing seeing. A critique of visual culture*“ toob Mitchell (2002: 165–181) välja olulisemad visuaalkultuuri omadused ja nende kohta levivad eksiarvamused. Kui kaasaja kultuurile omistatakse erist pildikesksust, siis visuaalkultuur ise ei ole unikaalne kaasaega ning läänekultuuri iseloomustav nähtus — visuaalne pööre on oma olemuselt korduv. „Ükskõik millises kultuuris elamine tähendab visuaalkultuuris elamist, välja arvatud vahest need üksikud juhtumid, kui on tegemist pimedate kogukonnaga [...]“ (samas, 174). Samuti ei

koonda visuaalkultuur üksnes kultuuriruumis olevaid kujutisi, vaid ka kõike muud, mis on seotud nägemise ja vaatamisega. Visuaalkultuur hõlmab mittenähtavat osa, näiteks kultuuri silmapaistmatut, märkamatu osa, seda mida ei saagi näha, nägemisvõime puudumist, „see pöörab tähelepanu ka kompamis-, kuulumis-, ja haistmismeelele ning sünesesteesia fenomenile“ (samas, 170). Mitchell ei pea ka vajalikuks eristada visuaalset meediat vaid eelistab rääkida segameediast. Ühtlasi on oluline rõhutada, et pildid mitte ainult ei vahenda meile konstrueeritud sotsiaalset reaalsust vaid ka kujundavad seda (samas, 179) .

Maria Sturken ja Lisa Cartfield (2009: 3) toovad välja, et visuaalkultuur hõlmab nii kujutamist kui ka vaatamist ning nende praktikate kaudu tähenduste loomist. Visuaalkultuuri defineerivad nad kui „grupi, kogukonna või ühiskonna jagatud praktikaid, milles luuakse tähendusi läbi visuaalsete, auditiivsete ja tekstiliste representatsioonide, ning viisi, milles vaatamise praktikad on kaasatud sümboolsetesse ja kommunikatiivsetesse praktikatesse.“ (Samas)

Lev Manovich (2012: 56) ütleb, et kaasaegne visuaalkultuur on „sisemine loogika, ikonograafia, ikonoloogia ning meie kultuuri erinevaid visuaalseid valdkondi iseloomustav vaatajakogemus — mood ja reklaam, supermarketid ja kunstiteosed, teleprogrammid ja reklaam, bürood ja *technoklubid*.“ Visuaalkultuuri mõiste alla mahub kogu kultuuri visuaalne osa, eriline tähtsus on seal just vaatajal.

Nicholaz Mirzoeff räägib visuaalkultuurist kui taktikast, kuidas vaadelda ja analüüsida kultuuri visuaalset osa tervikuna, kuidas erinevad kujutised selles kohtuvad ja omavahel suhestuvad. Ta toob välja, et kultuuri visuaalsuse jälgimine ei tähenda veel selle mõistmist. Selle analüüsiks ongi vaja visuaalkultuuri mõistet, mis „koondab visuaalseid nähtusi, milles tarbija saab informatsiooni, tähenduse või naudingut läbi visuaalse tehnoloogia“ (Mirzoeff 1998: 3). Visuaalse tehnoloogia all peab ta silmas igasuguseid seadmeid, mis on kujundatud vaatamiseks, mis võimaldavad nähtavat suurendada, seda õlimaalist televisiooni ja internetini (samas). Visuaalkultuuri ei loo mitte selle kujutised, vaid hoopis omadus visualiseerida asju, mis ei ole oma olemuselt visuaalsed (samas, 6). Selles mõttes saab rääkida kaasaegsest visuaalsest kultuurist, sest maailma visualiseerimine eristab kaasaega vana- ja keskajast, mil pilt samastati selle objektidega (samas).

Visuaalsus kultuuris ei ole midagi meie kaasajale ainuomast, see on omane igasugusele kultuurile. Ometi võib täheldada, et kaasaegne maailm on üha enam just visuaalselt antud. Kuigi kujutamine, vaatamine on osa igasugusest kultuurist, siis kaasaega iseloomustab erinevate nähtuste visuaalne edastamine. Visuaalsus on tihedalt seotud teiste kultuurinähtuste ja omadustega, kujutised on ühteaegu vahendajad kui ka sotsiaalse reaalsuse loojad. Visuaalkultuuri mõiste peaks aitama seda visuaalsust kultuuris analüüsida, nägema selle seoseid ka kultuuri nähtamatute osadega. Sealhulgas ei ole olulised vaid piltide ja meedia uurimine, vaid ka näitamise ja vaatamise praktikad.

2.1 Plahvatus kultuuris

[...] täpselt nagu trükipress 14.sajandil ja fotograafia 19.sajandil mängisid moodsa ühiskonna ja kultuuri arengus revolutsioonilist rolli, viibime täna keset uue meedia revolutsiooni — kogu kultuuri üleminekut arvuti vahendatud tootmis-, levitamise- ja suhtlusvormidele. See revolutsioon on väidetavalt eelnenutest mõjuvõimsam ja me alles hakkame selle esimesi tagajärgi mõistma. (Manovich 2012: 61)

Lotman (2001: 18) nimetab suuri muudatusi kultuuris plahvatuslikeks protsessideks, mis „kulgevad keerulises dünaamilises dialoogis stabilisatsioonimehhanismidega“ ning mis esinevad koos pidevate protsessidega samaaegselt erinevates kultuurivaldkondades (samamoodi, 23). Fotograafia sünni 19. sajandi esimeses pooles oli selline oluline protsess, mida võib nimetada plahvatuslikeks kultuuris. Esialgu nähti fotograafias võimalusi varasemate vahendite alternatiivina, olles kiirem, täpsem ja odavam kopeerija. Nii nähti seda täpsema maali- tehnikana, kiirema ja odavama kopeerijana jne. Läks tükk aega, enne kui fotograafias avaldusid selle tõelised võimalused ning see sai autonoomse väljendusvahendi staatuse. Uusi nähtusi püütakse esialgu mahutada olemasolevate arusaamiste raamistikesse. Lotmani (2001: 142) sõnul iseloomustab plahvatust ennustamatuse hetk, mis kätkeb endas „kindlat võrdset tõenäoliste võimaluste kogumit, millest realiseerub ainult üks“. Seepärast ongi võimalik toimunud muutusest rääkida alles tagantjärele, kui arengut on võimalik vaadelda lineaarselt.

Plahvatuse hetk „kätkeb endas potentsiaalselt kõigi tulevaste arenguteede võimalusi. On oluline rõhutada, et tegelikku valikut ei määra ei põhjuslikkus- ega tõenäosusseadused — need mehhanismid lülituvad plahvatushetkel täielikult välja. Tuleviku valik teostub juhusena“.

(Samas, 25)

Vincent Mosco (2004:19) näeb tehnoloogia ajaloos mustrit, kus uute tehnoloogiate tegelik mõju ja võimalused ei avaldu kohe. Selle protsessi algust iseloomustab müütiline periood, mil tehnoloogiates nähakse erinevaid võimalusi ja ohte, kuid mille realiseerumine ei olegi tegelikult kuigi tõenäoline.

[U]ute tehnoloogiate tõeline jõud ei avaldu müütilise perioodi ajal, kui selles nähakse võimalust tuua maailma rahu, säilitada ühiskondi, või lõpetada puudus, ajalugu, geograafia või poliitika; pigem avaldub nende sotsioloogiline suurim mõju siis, kui tehnoloogia on muutunud banaalseks.

(Samas)

Uued tehnoloogiad toovad kaasa uusi võimalusi, mis muudavad meie seniseid arusaamu. Kuid need saavad esile tulla alles siis, kui me ei ürita neid oma harjumuspärasesse maailma kohandada, vaid õpime nende võimalusi tundma ja neid parimal viisil kasutama.

Uue meedia tulekut võib pidada selliseks „plahvatus“ või revolutsiooniks kultuuris, mis tähistab uut arengujärku. Jan van Dijk (2006: 4–6) ütleb, et revolutsioonist kommunikatsioonisüsteemides saab rääkida ainult sellisel juhul, kui süsteemides toimuvad struktuurilised muutused või kvalitatiivne tehniline areng. Uue meedia puhul saab selliseid arenguid täheldada. **Struktuurilise** revolutsiooniga toimuvad fundamentaalsed muutused ruumi ja aja koordinaatteljel. Uue meedia puhul tähistab seda *online* ja *offline* meedia kombinatsioon. **Tehnilise** revolutsiooniga toimuvad fundamentaalsed muutused kommunikatsiooni-süsteemides, tehismälus ja/või sisuloomes, mis uues meedias väljendub digitaalsuses.

Uue meedia revolutsiooni tagajärgede analüüsimine on keeruline, sest plahvatuse protsessis puudub lineaarsus, mis on iseloomulik pidevatele süsteemidele. Selle teke on loonud müütilise perioodi, milles tehnoloogia mõju ja realiseerimisvõimalused on laiad ja ennustamatud. Uus meedia on puudutanud kultuuri tervikuna, selle erinevaid valdkondi. Alles siis, kui võimalikest arengutest on kindel realiseerunud, on võimalik selle mõju analüüsida. Uue meedia sünniks loetakse 19. ja 20. sajandi vahetust (van Dijk 2006: 9). See on saanud osaks meie igapäevaelust ning selle mõju ja võimalused on osaliselt ka juba realiseerunud.

Ajaline distant, mis võimaldaks selle tagajärgi selgelt näha, ei ole aga ilmselt veel piisav ja uue meedia ja (visuaal)kultuuri analüüs on pidev protsess.

2.2 Uus meedia

Uut meediat on keeruline üheselt defineerida, sest see on uus, arenev ja pidevalt muutuv distsipliin. Jan van Dijk (2006: 6–9) defineerib uut meediat läbi kolme omaduse: digitaalne kood, integratsioon ja interaktiivsus. Tele-, info- ja massikommunikatsiooni **lõimumine** ühes meediumis on struktuuriline muutus kommunikatsioonisüsteemides. Teiseks struktuuriliseks muutuseks on **interaktiivse** meedia kasv. Tehniliseks muutuseks on **digitaalse koodi** kasutamine. Need omadused esinevad üheaegselt ja võimaldavad eristada uut meediat vanast. Uue meedia peamised alternatiivsed nimetused on multimeedia, interaktiivne meedia ja digitaalne meedia.

Manovich (2012: 55) kirjutab, et uue meedia konventsioonid, elemendid ja vormid ei ole ainulaadsed, need on seotud mitmete teiste kultuurivaldkondadega, nii mineviku kui ka oleviku omadega. Ta toob ta välja viis uue meedia iseloomulikku printsiipi (samas, 68–86):

- **Arvesitus:** kõik uue meedia objektid koosnevad digitaalsest koodist, mis on loodud kas arvuti poolt või konverteeritud. Sellel on kaks tagajärge: esiteks on uue meedia objekt formaalselt kirjeldatav; teiseks allub see algoritmilisele töötlemisele.
- **Modulaarsus:** uue meedia objektid koosnevad diskreetsetest ühikutest, mida saab suuremateks kokku panna, kuid sealjuures säilib nende eraldiseisev olemus.
- **Automatiseeritus:** loomisprotsessist on võimalik osaliselt inimene kaotada.
- **Varieeruvus:** puudub lõplik, fikseeritud tulemus.
- **Ümberkodeerimine:** mingisse teise formaati tõlkimine.

Neid printsiipe ei pea Manovich absoluutseteks seadusteks, vaid näeb neid pigem kultuuri üldisemate suundumustena.

Digitaalne meedia on kaasa toonud uusi meediume, mis on muutnud isiklikke ja ühiskondlikke praktikaid. Arvutid on tihedalt põimunud argiellu, sellega on seotud väga paljud avalikud ja personaalsed tegevused. Igapäevaelu osaks on saanud mobiiltelefonid, arvutid, internet, fotokaamerad, ekraanid.

Digitaalmeedia lahutamatuks osaks on internet, mille kaasaegset olemust iseloomustab **web 2.0** kontseptsioon, mis viitab sellele, kuidas kaasajal internetilehekülgi koostatakse ja kasutatakse. Web 2.0 määratlevad Kaplan ja Haenlein (2010: 61) kui platvormi, mille sisu ja rakendusi ei loo enam inividid, vaid see on pidevalt kujundatud kasutajate osalusel ja koostöös. Sinna alla kuuluvad näiteks blogid, vikipeedia, foorumid, sotsiaalmeedia.

Viisid, kuidas sotsiaalmeediat kasutatakse, koonduvad mõiste alla **kasutajate genereeritud sisu** (*User Generated Content/UGC*). See peaks vastama kolmele tingimusele: see peab olema avalik või kättesaadav teatud määratud grupele; see peab omama mingit loomingulist ambitsiooni; ning see peab olema loodud väljaspool professionaalseid praktikaid (samam).

2.3 Tähendused kultuurile

Uus meedia on distsipliin, mis hõlmab tehnikaid ja nende kasutamisi. Muutused ei ole toimunud aga tehnikas, see plahvatus on mõjutanud kõiki kultuuri valdkondi. Oluline on küsida, milliseid muutusi on see ühiskonnas ja kultuuris kaasa toonud?

Piret Viires (2011: 163) võtab muutused kultuuri muutused kokku järgnevalt:

Postmodernismi asendavaid mõisteid on palju ja igaüks keskendub kultuurianalüüsis erinevatele tahkudele. Peamiselt lähenetakse kahest suunast: arvestades digitehnoloogia arenguga seotud muutusi ning rõhutades püüdu lihtsusele, selgusele ja ilule, mis vastanduks postmodernistlikule küünilisusele, mängulisusele, irooniale.

Jan van Dijk (2006: 25) iseloomustab uute info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega kaasnevaid muutusi võrguühiskonna ideega. **Võrguühiskonna** infrastruktuuri moodustavad sotsiaalsete, tehnika ja meediavõrgustike omavahelised suhted. Sotsiaalse võrgustiku

moodustavad individuaalsed suhted perekonna, sõprade, kolleegide jm vahel; grupi ja organisatsioonisuhted; sotsiaalsed suhted indiviidide, gruppide ja organisatsioonide vahel ning globaalsed suhted ühiskondade ja rahvusvaheliste organisatsioonide vahel (samas, 25-27). Neid suhteid aitavad hoida ja tugevdada kaasaegsed info- ja kommunikatsioonisüsteemid ja meedia, nagu arvutid, internet, mobiil- ja tavatelefonid jm. Kaasaegne ühiskond toimibki läbi võrgustike.

Alan Kirby (2009: 1) kirjutab, et kahekümne esimesel sajandil on kujunenud tehnoloogiliste uuenduste mõjul täiesti uus kultuuriline paradigma, mida ta nimetab **digimodernismiks**. Selle kõige olulisemaks tunnuseks on uut tüüpi tekstuaalsus (samas, 50). Digimodernistlikud tekstid ei ole enam kindlalt piiritletud, need on juhuslikud, lühiajalised, nende autorlus ei ole selgelt piiritletud, neid ei loeta lineaarselt ning auditoorium on kaasatud nii teksti kui ka tähenduse loomesse (samas, 52-53). Sellised tekstid manifesteerivad digimodernistlikke tunnusjooni nagu lapsikus, siirus, lõputus ja näiv reaalsus (samas).

Kaasaegsele kultuurile on omane **mina-kesksus**. Kui postmodernism oli tõe kategoria suhtes väga kriitiline, siis kaasaegses kultuuris pigem aktsepteeritakse igäühe isikliku tõe. Seda ilmsetavad arvutud autobiograafiad nii sõnalistes, visuaalsetes kui multimeediaalsetes kultuuritekstides. Sealjuures on oluline ka „mina“ pidev interaktsioon „teisega“.

Kui postmodernism pani kahtluse alla „reaalsuse“, siis pseudomodernism määratleb implitsiitselt reaalsust kui „mina“, mis on parasjagu „interaktsioonis“ tekstidega. Seega annab pseudomodernism mõista, et kõik see, mis ta teeb või loob, on reaalsus; ja pseudomodernistlik tekst võib seda näiliselt reaalselt võidukalt kuulutada lihtsakoelises vormis /.../. (Kirby 2010: 72)

Seoses sotsiaalvõrgustike, blogide laialdase kasutamisega räägib Vincent Miller (2008: 388) **faatilisest kultuurist**. See iseloomustab kommunikatsiooni, milles on tähenduslikuks saanud kontakt ise, mitte sõnum (samas, 395). Selline kommunikatsioonimudel toimub sotsiaavõrgustikes, kuid see ilmneb ka tekstisõnumite, e-kirjade saatmises, telefonikõnedes.

Üks oluline kaasaegse kultuuri tunnusjooni on konvergents. Henry Jenkinsi (2006: 243) sõnul on see paradigmaatiline muutus, kus sisu ei ole enam meediumispetsiifiline, vaid voolab läbi erinevate meediaplatvormide. Personaalse fotograafia puhul ilmneb konvergents eelkõige erinevate meediumite kasutamises pildistamiseks, nende vaatamiseks, jagamiseks ja tähendusloomeks. Jenkinsi (2006: 3) sõnul vastandub kaasaegne kultuur varasemale passiivsele kultuurile, mistõttu me saame rääkida **osaluskultuurist**. Selles ei ole enam meedia

tarbija selle tootjast selgelt eristatud, ka tarbija võib osaleda sisuloomes. Konvergenstkultuuris ei ole tootja ja tarbija selgelt eristatud, igaüks on osaleja, kuid erineva staatusega (samas, 132). Seetõttu saab kaasaegses kultuuris täheldada ka vernakulaarsuse esiletõusu.

Vernakulaarset kultuuri võib mõista kui amatööride poolt loodut (samas, 294) ning see vastandub institutsionaalsele. Ka fotograafias ei ole professionaal ja amatöör enam selgelt eristatud. Tehnoloogia võimaldab väga lihtsalt ja odavalt teha kvaliteetseid pilte, ka amatöör võib läbi fotograafia ennast loominguliselt väljendada. Murray (2008: 159) analüüsib fotosid haldava veebilehe Flickr näitel, et professionaalsed fotod ja *snapshot*-id on omavahel läbipõimunud ning järeldeb, et foto väärtus ei olene ainult tehnilistest parameetritest.

...

Võib öelda, et kuigi visuaalsus on kultuuri universaale osa, siis kaasajal on see seoses tehnoloogiliste uuendustega tõesti rohkem esile tulnud. Kultuuris toimunud muutusi võib nimetada plahvatuks, sest uus meedia on mõjutanud kõiki kultuuri valdkondi.

Postmodernismi tähtsus on hajunud nii teoorias, maailmakirjanduses kui ka eesti kirjanduses, aga mis selle asemele on tulnud, ei ole veel päris selge. Me oleme üleminekuperioodis. Üks, postmodernne iroonia ajastu on lõppenud, teine pole veel päris alanud ja sel teisel pole ka täpset määratlust ega nime. (Viies 2011: 164)

Üheselt on raske kultuuris toimuvaid muutusi kirjeldada. Tõin siinkohal välja mõned nähtused, mis minu arvtates on olulised kultuuri visuaalse osa kirjeldamisel ja fotograafia analüüsimisel. Esile on tõusnud uut tüüpi tekstuaalsus, sest digitaalsel tekstil on hoopis erinevad omadused kui materiaalsel tekstil. Kultuuris on esile tõusnud vernakulaarne autoriteet, osalus, konvergenst sisu- ja meedia tasandil, autobiograafilisus ja faatilisus.

3. FOTO KAASAEGSES VISUAALKULTUURIS

Foto ja uus meedia on lahutamatus seoses. „Lihtsamal tasemel arvutitehnoloogia on tänapäeval lahutamatu osa sotsiotehnilisest süsteemist, mida me nimetame personaalseks fotograafiaks“ (Van House 2011: 132). Arvutioskus on vajalik, et pildistamise ja fotode käsitlemisega hakkama saada.

Personaalne fotograafia valdkond ongi esile just tõusnud uue meedia võimaluste kontekstis. Varasemalt oli eristatav amatöör- ja professionaalfotograafia; isiklikud, perekondlikud ja avalikud fotod.

Üleminek analoogfotograafialt digifotograafiale ei ole muutnud fotograafia tähendust, aga on mõjutanud selle praktikaid ja funktsioone, mida ma siin nüüd lähemalt vaatlen.

3.1 Digitaalfoto ja analoogfoto

Uus meedia on osa fotograafiast. Pildistamise praktikad on igal sammul seotud arvutitega, info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatega. „Isegi juhuslikud pildistajad peavad omava mõningasi arvutialaseid oskusi ja praktiseerivad fotograafid peavad sealjuures omama laialdasi teadmisi“ (Van House 2011: 132). Kaasaegne fotograafia eeldab uue meedia kasutamist igal sammul. Alustades pildistamisest, mis toimub kasutades digikaameraid, mobiiltelefone, tahvelarvuteid jm. Tehtud pilt tuleb salvestada mõnele mäluseadmele, selle

vaatamine toimub ekraani vahendusel ja seda jagatamisel kasutatakse erinevaid vahendeid nagu näiteks tekstisõnumid, web 2.0 platvormid, sotsiaalsõrgustikud.

1990ndatel aastatel arutleti, kas digitaaltehnoogia arenguga on kaasneb paratamult ka fotograafia surm. Vastupidiselt sellele tehnoloogiliselt deterministlikule vaatele võis uue aastatuhande alguses tõdeda, et digitaaltehnoogia hoopis suurendas fotograafia tootmist (Lister 2007: 251). „Tehnoloogia (iseenesest) ei ole midagi enne kui see ei ole saanud kultuurilise ja sotsiaalse eesmärgi, saavutanud definitsiooni ja tähenduse spetsiifilises ajaloolises kontekstis“ (samas).

Analoog- ja digifotograafiat kiputakse vastandama kui binaarseid opositsioone. Selline lähenemine ei ole aga päris kohane, sest digifotograafia ei ole tühistanud varasemad foto omadused. Fotograafia on kujunenud läbi kahe sajandi ning selle aja jooksul on olnud kasutusel palju erinevaid tehnoloogiaid. Kõik tehnoloogilised innovatsioonid on fotograafia olemust mõjutanud ja selle praktikaid muutnud. Näitkes oli oluline muutus 19. sajandi lõpus, kui Kodak lõi 35mm filmi tootmisesse ja muutis seeläbi varasemalt elitaarse fotograafia odavamaks ja kättesaadavamaks. Geoffry Batchen (2000: 19) nimetab fotograafiat seepärast hoopis kui ihaks või sooviks. See sisaldab endas ideid „loodusest, teadmistest, representatsioonist, ajast, ruumist, vaatlevast subjektist ja vaadeldavast objektist“ (samas). Fotograafiat ei tasuks samastada selle tehnoloogiaga, see on pigem ideede kooslus.

Digifotol on aga füüsilised ja tehnilised omadused, mis eristavad seda varasemast analoogfotost. Seda saab iseloomustada samade tunnustega, mida Manovich (2012: 68–86) lõi uue meedia kohta välja: arvesitus, modulaarsus, automatiseeritus, varieeruvus ja ümberkodeerimine. Digifoto ei ole materiaalne objekt, see on kujutis, mis koosneb digitaalsest koodist. See tähendab, et pilt koosneb paljudest diskreetest ühikustest, mis kokku moodustavad tervikliku kujutise. Fotot on võimalik nii ekraanil vaadelda nii tervikuna kui ka selles eristada eraldiseisvad pikslid. Inimene, kes oma pilt digitaalselt töötleb, puutub ka selle osaga fotograafiast otseselt kokku. Pilditöötlusel tuleb arvestada pikslite suurust, värvitöötlus käib koodide järgi jne. Digikujutise füüsilisi väärtusi saab alati muuta. Samuti on sellele võimalik lisada muid meediume, näiteks teksti või heli. Seega on digipilti võimalik tõlkida ka teistesse formaatidesse.

Digifotode tegemine on suures osas automatiseeritav. Inimene ei pea pildistamise tehnilisest poolest palju teadma ja ta võib ennast sellest suures osas taandada. Tänapäeval töötlevad siiski paljud inimesed ka oma isiklikke pilte, sest see on kättesaadav ja lihtne. Läbi interneti on võimalik saada teadmisi ja õpetusi sellest protsessist. Samas ei ole pilditöötlus personaalsete fotode puhul mingi eeldus. Väga paljud inimesed kasutavad kaameraid ainult täisautomaatsetel režiimidel ning laevad need ilma mingisuguse vahetöötluseta oma arvutitesse ja internetilehekülgedele.

Digitaalse foto puhul ei ole võimalik fikseerida lõplik tulemus. Praktikas säilitavad küll enamus isiklikke pilte sellise kuju, nagu need on loodud või mis vorm neile on pärast esmast pilditöötlust antud. Aga lõpetamatus tähistab seda, et neid on alati võimalik edasi töödelda. Mõnes mõttes võiks seda ka analoogfoto kohta väita, sest ühest negatiivist võib alati luua teise tonaalsusega pildi või seda ümber kadreerida. Kuid juba ilmutatud paberfoto on siiski saavutanud oma taotletud tulemuse, mingi materiaalse vormi — digipilt on aga igal ajahetkel ümbertöödeldav.

Manovich (2003: 242) väidab, et tegelikult on digitaalne fotograafia paradoks, sest seda ei ole olemas. Kui vaadelda digipildi füüsiline olemust, siis näib digitaalse ja analoogse foto vahe hiiglaslik. Kui vaadelda aga digitehnoloogiat ja selle kasutust, siis see vahe kaob. Digitehnoloogia ei vastandu traditsioonilisele fotograafiale, sellel on küll tehnilised erinevused, aga foto kasutamine ja eesmärk on endiselt sama.

3.2 Muutused fotograafia praktikates

Toon siinkohal lühidalt välja muutused, mis on toimunud personaalse fotograafia praktikates seoses digitaalse tehnoloogiaga. Peale seda analüüsin, kuidas need muutused praktikates on mõjutanud foto funktsioone ja tähendust. Muutusi fotode tegemises ja kasutamises on uurinud näiteks Nancy A. Van House (2011), Emily Keightley ja Michael Pickering (2014); Susan Murray (2008), José van Dijck (2008).

Kõige olulisem muutus, mis on toimunud **pildistamise** praktikas, on see, et pildistatakse väga palju rohkem ja tihemini, kui varem. Pildistamine on odav, kättesaadav, võimalik kõiksugustes olukordades. Digikaamerad on väiksed ja igal pool kaasaskantavad. Tihti tehakse isiklike pilte ka hoopis mobiiltelefonidega, mille tehnilised võimalused on piiratumad kui peegelkaameratel, kuid tehnoloogia kiire arenguga jäävad need erinevused üha vähem silmatorkavaks.

Tänu väga laialdasele pildistamispraktikatele on muutunud pildistamise teema. Traditsiooniliselt on isikliku fotograafia eesmärk olnud oluliste inimeste, kohtade, sündmuste, hetkede jäädvustamine. Need on endiselt aktuaalsed ka personaalses fotograafias, kuid selle kõrval on hakatud ka igapäeva pildistamise vääriliseks pidama. (Murray 2008; Van House jt 2005; Van House 2011; Keightley jt 2014) Perecondlikud teemad on asendunud individuaalsetega.

Kuna pildistajaid on tänapäeval palju, siis on ähmastumas ka amatööri ja professionaali vaheline piir. Varasem professionaali positsioon oli peamiselt tingitud tehnoloogiast, mis oli kallis ja keerukas kasutada. Tänapäeval on fototehnika kättesaadav ja suures osas automaatne. Huvilistel on samas võimalik tegeleda ja keerulisemal tasemel tehnikaga, sest see ei ole enam nii kulukas ning teadmised selle käsitlemise kohta on kättesaadavad. See on seotud üleüldise vernakulaarsuse esiletõusuga kultuuris.

Oluliselt on muutunud fotode **säilitamise** praktika. Paberfoto tegemine on aeganõudev ja kulukas, kuid kui see on juba olemas, siis on see püsiv. Virtuaalne digifoto vajab säilitamist mingis valitud formaadis ja mingil mälukandjal. Selles osas on digikujutis palju hapram, see ei pruugi olla nii vastupidav. Seda eelkõige tehnilistel põhjustel — digipilte saab lihtsasti kustutada, need võivad mäluseadmetelt hävineda, foto formaadid aeguvad, pildide salvestamiseks mõeldud veebiplatvormid võivad kaduda.

Salvestamise juures on olulised ka arhiveerimise praktikad. Paberfotosid on võimalik täiendada tekstiga, tihti tehakse märkmeid foto taha või lausa selle peale, albumis selle kõrvale. Digitehnoloogia on loonud uusi arhiveerimise võimalusi: pilte on võimalik organiseerida ja markeerida korduvalt, erinevatel aegadel, kohtades, erinevate inimeste poolt. Aga see ei pruugi olukorda lihtsamaks teha. Digifotosid on vaja palju teadlikumalt organiseerida (Van House 2011: 129). Organiseerimata kujul võivad need kergesti kaduda

musta auku, kust neid on väga rakse leida. Seega, peale selle, et digipilte varitseb hävinemise oht, on neid võimalik ka ära kaotada. Samuti tuleb Van House'i (samas) uurimusest välja, et kuigi intervjuueeritavad tavaliselt plaanisid oma pilte organiseerida, siis reaalselt nad tihti ei jõudnud selleni. „Kodudes, kus olid paberfotod, olid need enamasti karpides ja albumid seisis tühjalt, inimesed lubasid, et ühel päeval nad korrastavad neid“ (samas). See olukord ei ole muutunud ka digitehnoloogia tulekuga, digipildid vajavad samamoodi korrastamiseks aega ja ettevõtlikust. „Digifotode omanikest töötlesid ja organiseerisid oma fotosid Photoshopi, Lightroomi tarkvara abil ainult suuremate oskuste ja pühendumusega inimesed“ (samas). Samuti töid mitmed osalejad välja, et „nad eeldavad, et nende pildid surevad koos nendega: keegi otsiks nende arvutitest pilte, et neid säilitada“ (samas).

Keightley ja Pickering (2014: 582) toovad oma uurimuses välja, et inimesed tunnevad ja väljendavad hirmu või lausa paanikat, et nad võiksid oma isiklikke pilte kaotada. Digifotode mittemateriaalne olemus ainult suurendab seda hirmu, Selleks tehakse ka olulisematest piltidest paberfotod. „Printimine imiteerib analoogfoto materiaalsust ja sellel on usaldusväärsem staatus“ (samas, 253).

Fotode **vaatamisel** on kadumas füüsiline kontakt. Varem näidati pilte eelkõige vahetult, ulatades neid käest-kätte. Nüüd toimub see läbi tehnoloogia, ekraanide vahendusel. Pilte saab kohe peale tegemist vaadata ja jagada, neile on võimalik erinevatest füüsilistest kohtadest, läbi erinevate seadmete ligi pääseda. Siinkohal avaldub meediumite konvergens: pilte esitletakse tihti läbi erinevate kanalite. Isiklikult saadetakse sõnumi või e-kirjaga; määratud grupiga jagatakse pilte kinnistest blogides, sotsiaalmeedias või pannakse pildid interneti täiesti avalikult. Piltide vaatamine on saanud võimalikuks vahetult peale pildi tegemist — koheselt saab vaadata kaameralt eelvaadet ja vajadusel ka juba suuremalt ekraanil. Jagamine on kiire ja mugav, ka laiemale ringile on võimalik pilte edastada koheselt. Samas ei ole ka kadunud traditsiooniline piltide vaatamine. Inimesed prindivad endiselt pilte ka paberile või koostavad albumi sarnaseid prinditud fotoraamatuid. Ka näidatakse pilte reaalselt oma isiklikust seadmest, arvutist või mobiiltelefonist. „Fotode jagamine ilmneb mõnikord täiesti uutel viisidel, mõnikord vanadel ja mõnikord viisidel, mis imiteerivad vanu, näiteks fotoraamat“ (Keightley jt 2014: 588).

Uue meediaga on lisandunud avalik, anonüümne jagamine, mis varem ei olnud isiklike fotode puhul võimalik. See on loonud personaalsest fotograafiast täiesti uue valdkonna. Varasemalt olid isiklikud pildid need, mida jagatigi oma lähedaste inimestega. Praegu on oma isikliku elu jagamisest saanud tava, mille kaudu ennast esitletakse.

Seoses piltide avaliku esitlusega on muutunud olukord foto omandistaatusest. Digikujutisel puudub lõplik materiaalne vorm ning kui see on juba avaldatud, ei ole võimalik selle levikut piirata. Paberfotol on kindel omanik, kuid materiaalsuse kaotanud digikujutis võib sattuda igatüüpi kätte. Digiteksti iseloomustab lõpetamatus, edasiliikuvus, voolavad piirid (Kirby 2009: 51–52), mis tähendab, et seda võib alati ka edasi kujundada, mõne uue vormi anda, mõnda teise formaati tõlkida. Personaalsed fotod võivad saada viraalseks, need võivad omandada lisatähendusi või lausa uue sisu ning saada meemideks.

„Personaalsed ja grupisisised digifoto kasutused ei näita mingit enne/pärast stsenaariumi, vaid viitavad väljakujunenud ja esilekerkivate praktikate lõimumisele“ (Keightley jt 2014: 589). Nõustun, et tehnoloogilised muutused ei vastandu eelnevale. Samuti ei ole digifoto tavakasutuses veel nii kaua eksisteerinud, et inimestel oleks analoogfoto kogemus ununenud — suurel osal praegustel täiskasvanutel on veel lapsepõlvepildid paberfotodel. Võib järeldada, et kuni meie arusaamine fotost põhineb veel analoogfotograafia kogemusel, mõjutab see meie käitumist ka digifotograafias. Nagu ütleb Mosco (2004: 19): alles siis kui see praktika on saanud meile banaalselt tavaliseks, ilmneb selle tõeline olemus. Praegustel foto kasutajatel on veel fotoalbumite kasutamise, omamise kogemus ja seda loogikat püütakse ka digifotodega rakendada. Kuid tulevikus võib see hääbuda, asenduda millegi muuga.

3.3 Muutused fotograafia funktsioonides

Olen kirjeldanud nüüd tehnoloogilisi uuendusi, mis uus meedia on fotograafiasse toonud, ning muutusi pildistamise praktikates. Nüüd tahaksin aga välja tuua selle, et mida need muutused on foto tähenduslikus plaanis kaasa toonud. Kuidas on muutunud foto funktsioon

kommunikatsioonis, selle tähendustlooval tasandil ning isiklikus ja grupimälus. Mind huvitab, mis on need põhjused, miks inimesed teevad, vaatavad ja jagavad fotosid ning kuidas on need muutused seotud üldiste sotsiokultuuriliste muutustega.

Digifotograafia on toonud kaasa muutusi fotograafias, millest peamine on see, et fotograafia on muutunud kättesaadavaks ja pilte tehakse väga palju. Kuid kõige alus on siiski see, et oma olemuse on foto suures osas säilitanud — digipildi konstrueerimine ning kasutamine toimib ikka sarnaselt analoogpildile.

3.3.1 Kommunikatsioon

Foto võimaldab tõhusalt, kiirelt, täpselt, detailselt infot salvestada ja edastada ning toimub seepärast väga hästi **kommunikatsioonivahendina**. Foto eeldab mingil tasemel kommunikatsiooni pildistamisel ning loob kontakti ka hilisemal vaatamisel. Foto tekstina sõnastab ja kujutab ka juba olemasolevaid suhteid, säilitab neid ning võib osaleb kaudselt ka uute suhete defineerimises ja loomises. Mõned uurijad, nagu näiteks Sarvas ja Frohlich (2011: 133), arvavad, et kommunikatsioon on tõusnud kaasaegse personaalse foto kõige olulisemaks funktsiooniks.

Digifotograafia üks eeliseid tavainimese jaoks on, et see on muutunud lihtsaks ning pildistamise võimalused on avardunud. Traditsiooniliste fotokaamerate käsitlemine on keerulisem ning pildistamise protseduur on rohkem avalik. Tänapäeva mobiiltelefonid võimaldavad pildistada nii, et see ei pruugi olla nähtav. See soodustab võimalusi pildistada ka nii, et fotograaf ei loo pildistatavaga otest kontakti, ei suhtle temaga. Kuid see muutus ei muuda pildistamise praktikaid siiski märkimisväärselt — varjatud pildistamine oli võimalik ka varem. Küll võib siinkohal aga välja tuua selle, et inimesed on tänapäeval enam teadlikud sellest, et avalikus ruumis võidakse pildistada ja tähtsamatel sündmustel, nt kontserditel, festivalidel, seda ka kindlasti tehakse. Ajastul, kus tihedalt asustatud ruumis on laialdaselt kasutusel ka valvekaamerad, on tekkimas omamoodi paranoiaühiskond, kus inimese iga

samm on potentsiaalselt salvestatav. Avalikus ruumis võib jääda kas tahtlikult või tahtmatult kellegi pildi peale. „Kuid kui pilt on tehtud, veebi üleslaetud ja jagatud, on võimatu kontrollida, mis sellega edasi tehakse ja kellel sellele ligipääs on“ (Lasén, Lómez-Cruz 2009 : 209). Personaalne pilt on tehtud mingi isikliku sõnumi edastamiseks, kuid avalikuna ei ole võimalik selle edasist saanust enam kontrollida. Igaüks võib pilti täiendada pilditöötlus-programmis, lisada teksti jm. Digitaalsel tekstil ei ole lõplikku vormi, igaüks võib muuta ning seeläbi kaasautoriks saada. Isiklikust fotost võib saada tahtmatult interneti meem.

Personaalne foto, mida avalikult jagatakse seovad omavahel ka reaalsel avalikku ruumi ning *online* sfääre (Lasén jt 2009: 213). Konvergens toimib nii uue meedia vahendite kui ka füüsilise ja virtuaalse ruumi vahel. „Konvergens digitaalse fotograafia, mobiiltelefonide ja interneti vahel ning piltide näitamise ja jagamise praktikate tõus suurendavad kaasaegse avaliku ruumi võrgustatud olemust ning konvergenti *online* avalike sfääride ja urbanistlike avalike ruumide vahel (samal).“

Personaalse foto kaudu kujutatakse eelkõige oma isiklikku elu ja olulisi teemasid. Personaalse foto **sisu** kommunikatiivne olemus on jäänud tahaplaanile — see ei kujuta enam eeskätt sotsiaalseid suhteid, vaid indiviidi ennast. „Samal ajal kui igasugune fotode jagamine peaks aitama sotsiaalsete suhete loomist ja hoidmist, siis seda tüüpi fotod, mis on tehtud mobiiltelefoniga, hoopis tugevdavad kasutaja individuaalsust mitte tema sidemeid teiste gruppidega.“ (Gye 2007: 284) Sotsiaalsete suhete kujutamine ei ole enam fotodel peamine ja seetõttu ei ole ka nende suhete hoidmine ja loomine nii esil kui varasemalt. Aga see funktsioon ei ole siiski kuhugi kadunud. Sotsiaalvõrgustikes ja blogides on suhted nähtaval ja palju rohkem avalikud. Näiteks on *Facebook*'is olemas võimalus pildilolevad inimesed ära märkida, mis toob olemasolevad suhted väga ilmselt esile.

Personaalsete fotode kommunikatiivne olemus tõuseb esile eelkõige selle eesmärgis saada **vahendatud**. Personaalne foto kujutab seda osa inimese isikliku elu sfäärist, mis on mõeldud avalikult jagamiseks. Need on tihti lihtsad pildid, mis kujutavad inimese ajutisi emotsioone, kogemusi, mõtteid. Sellised pildid on efemeersed, nende olulisus on eelkõige selle loomise ja jagamise hetkes ja selle mõju lühiajaline. Siin tuleb esile personaalse foto faatiline iseloom. Selle sisu on tihti väga lihtne — foto hommikusest võileivast, lumesadu trammipeatuses, *selfie* iseendast kontserdil — sedalaadi kujutiste eesmärk on vahendada

hetkeemotsiooni. Taoliseid personaalseid sõnumeid jagatakse tihti vahetult teistega läbi isiklike kanalite (tekstisõnum, e-post) või läbi avalike suhtluskanalite (blogi, *Instagram*, *Facebook* vm). Pildi sisust olulisemaks saab hoopis kontakt teisega, ühenduses olemine ise. Pildid tähendus kaob, aga kontakt püsib.

Alan Kirby (2009: 69) kirjutab, et kõik digimodernistliku teksti iseloomuomadused on kontsentreeritud tekstisõnumisse. Lühike tekstisõnum, mida inimesed tänapäeval pidevalt telefoniga saadavad, avaldavad *Twitteris* või mõnes muus sotsiaalmeedia kanalis, on üürike, haihtuv — selle olulisus seisneb peaaegu ainult selle loomises endas. „Pidevalt luues ja saates eksisteerib see kultuuriliselt rohkem tegevuse kui tulemusena; kuigi sa näed inimesi kogu aeg sõnumeid saatmas, siis sõnumi olemus on selle loomises ja vahetus mõjus“ (samas). Ka personaalne foto eksisteerib tihti vaid lühikese sõnumina, mida luuakse vaid vahendamiseks. Kirby (samas) toob välja, et need sõnumid on enamasti piiratud lihtsate emotsioonidega ja võimetud keerulisemaks keeleliseks väljenduseks. Kuid sellist tekstivormi ei pea alaväärtustama — selle tugevus on just väga efektiivses kommunikatiivsuses. Personaalne foto võib näida sisult labane, kuid sellel on oma eesmärk — luua kontakt teistega ja vahendada oma mõtteid. Selles osas täidab foto suurepäraselt oma funktsiooni.

Väga suur nihe on toimunud fotode **vaatamise** protsessis. Analoogfotode vaatamine oli sotsiaalne sündmus, sellele kulutati aega ja seda tehti koos. Fotosid ulatati käest kätte või vaadati neid fotoalbumist, igal juhul eeldas see reaalselt kontakti foto omaniku ja vaataja ning foto kui objekti ja vaataja vahel. Vaatamine ise oli intiimne ja seda tehti tavaliselt mingitel kokkutulekutel. Paberfoto vaatamine, puudutamine on meeleline kogemus. Digipiltide vaatamine ei eelda enam füüsilist kohalolekut ja reaalselt kontakti, see toimub virtuaalselt, ekraani vahendusel. Lisa Gye (2007: 283) toob välja, et isegi kui fotosid vaadatakse mobiiltelefonidest reaalses suhtluses, siis sarnane interaktsioon nagu paberfotode vaatamisel on keeruline, sest telefonid on väga isiklikud seadmed. „Kui me näitame inimestele fotosid oma mobiiltelefonist, siis me oleme pigem tõrksad oma telefoni kellegi teise kätte andmises, kes ei pruugi tunda selle kasjutajaliidest ja nii me näitame pilte pigem eemalt“ (samas). Digifoto aitab küll kontakte luua, aga ei eelda enam füüsilist kontakti.

Virtuaalsete piltide vaatamine toimub nüüd mõne seadeldise vahendusel. Piltide näitamiseks kasutatakse erinevaid võimalusi, mõned on personaalsemad, mõned avalikumad.

Isiklikumad kanalid on näiteks sõnumid (MMS, erinevad mobiilirakendused), e-kirjad, kus pilt edastatakse valitud inimestele. Sellele lisaks on täiesti uue nähtusena võimalik isiklikke pilte **avalikult jagada**. Digifotosid on võimalik internetis jagada läbi (foto)blogide sotsiaalmeediakanalite (nt *Facebook*) või ka spetsiaalselt piltide jagamiseks mõeldud platvormide (nt *Instagram*, *Flickr*, *Vsco*) jms. Avalikud platvormid on väga tõhusad kanalid sõpradega suhtlemiseks ja oma tekstide tutvustamiseks ka laiemale publikule. Internetis on „teised“ alati väga lähedal, ning hoolimata interneti mittemateriaalsest ja mittefüüsilisest olemusest tajutakse seda ikkagi reaalsena.

Õigupoolest, üks kõige olulisem massilise mitmesuunalise vahetu kommunikatsiooni mõju on kõikjale tungiv lähedus. Me tajume kõiki, kellega me oleme seotud — ja kujuteldavalt kõiki, kellega me potentsiaalselt seotud oleme — nagu nad oleksid meie kõrval. Selle mõjul tulevad sajad, tuhanded, miljonid inimesed kokku nullpunkti, nii et nende vahel puudub tunnetatav distant. (Federman 2004: 8)

Mizuko Ito (2005) täheldab, et fotode jagamine läbi käeshoitavate seadeldiste on tekitanud uut tüüpi sotsiaalse teadlikuse, mida ta nimetab intiimseks visuaalseks koosviibimiseks. See iseloomustab tema arvates sellist käitumismustri, kus lähedased inimesed hoiavad üksteist oma tegemistega kursis läbi selliste fotode, mida vahendatakse vahetult mobiiltelefoniga. Fotod asendavad lihtsaid sõnumeid, vahendavad seda, mida inimene parasjagu teeb. „Selliseid fotosid vahendatakse piisava tihedusega, et need edastavad üldist meeleolu, kohta ja tegemist“ (samas). Personaalsete fotode jagamine võimaldab inimestel olla ühenduses ja tekitada virtuaalne intiimne koosolemine. Ito kontseptsiooni intiimsest visuaalsest koosviibimisest võiks ka laiendada, sest intiimne visuaalne koosviibimine võib tekkida ka inimeste vahel, kes reaalses elus ei ole tuttavad. Kuna personaalsed fotod võivad edastada detailselt ja nüansirohkelt väga isiklikku elu, siis võib ka võõra inimese elu väga lähedalt tajuda. Seda võib teha nii passiivselt kui ka selles osaledes, näiteks kommenteerides või pilte vastu jagades. Kellegi isiklikku blogi lugedes võib õppida selle autori elu tundma igasugustes pisiasjades. Ka enne uut meediat oli võimalik lugeda isiklikke päevikuid, autobiograafiaid, reisikirju. Kuid digimodernistlik tekst erineb sellest oma lõpetamatuse poolest. Füüsilisel kujul autobiograafia on alguse ja lõpuga, mingil kujul valmis ja fikseeritud. Digimodernistlik tekst on pidevalt muutuv, edasiliikuv. Blogi on pidevalt muutuv, edasiliikuv, nõ reaalajas täienev. Selle vahendusel on võimalik kellegi isiklikku elu jälgida, sellesse sisse elada, kaasa tunda, nagu kogetaks seda vahetult, reaalselt.

Internetis on alati olemas potentsiaalne auditoorium oma piltidele. Web 2.0 kontseptsiooni kohaselt on tekstiloomesse kaasatud ka osalejad. Kirby (2009: 58–59) rõhutab, et traditsioonilise tekstiloomega seotud sõnavara on uut tüüpi teksti ehk digi-modernistliku teksti puhul ebatäpne. Autorlus esineb siin mitmuslikus, anonüümnes ja sotsiaalses vormis (sammas, 59–60). Vaataja ei ole enam passiivne, vaatamise kogemus on nii optiline kui ka manuaalne (sammas, 72). Vaatamine on põhineb endiselt optilisel kogemusel, kuid tal on võimalus ka arvutit või vahendit kasutades kommenteerida, täiendada teksti. Personaalsete fotode jagamine läbi mõne web 2.0 rakenduse tähendab, et ka lugejal on võimalik sekkuda. Fotoblogi jälgijad ja *Facebook*'i sõbrad mitte ainult ei vaata neid pilte, vaid annavad ka tagasisidet. Igal fotol on internetis potentsiaalne vaataja, kes sellele aktiivselt ka vastab. Kuid tekib küsimus — kas alati ikka tekib dialoog? Uus meedia on andnud küll võimaluse igal oma tekste publitseerida, kuid see ei taga veel publiku huvi. Internetis on väga palju fotosid ja nende seast eristuda ja huvi tekitada ei ole lihtne.

Seega, kuigi personaalsed fotod ei kujuta enam nii tugevalt sotsiaalseid suhteid, kui varem, siis kommunikatiivsus funktsioonina on esile tõusnud eelkõige fotode vahendamises ja kontakti hoidmises.

3.3.2 Tähendusloome

Foto üks olulisemaid funktsioone on **tähendusloome**. Teksti toimib kui mõtlev objekt, mis lisaks info salvestamisele ning edastamisele võimaldab ka uusi tähendusi luua. Loominguline eneseväljendus on olnud traditsiooniliselt isiklikus ja perekondlikus fotograafias kõrvaline funktsioon. Personaalses fotograafias väljendub tähendusloome eelkõige eneseesitluses ja identiteedi kujundamises. Kui kommunikatiivne funktsioon on personaalses fotograafias üha rohkem esil, siis osad autorid on täheldanud kaasaegse personaalse foto olulisust just loomingulises eneseväljenduses. Kuigi mobiiltelefonid on muutnud kõiki foto funktsioone, siis eelkõige on see õpetanud vaatama maailma fotograafiliselt ja selle kaudu muutnud ka meie arusaamist iseendast ja maailmast (Van House jt 2005; Gye 2007: 287).

Fotode **tähendus** ei ole olnud kunagi fikseeritud, see sõltub kontekstist, vaatajast ning on koostööline. „[V]isuaalsed kujutised saavad tähenduslikuks läbi vaataja subjektiivse pilgu, ning iga isik loob need foto tähendused seoses oma olemasoleva personaalse kogemuse, teadmise ja laiemaga kultuurilise diskursusega.“ (Pink 2007: 82)

Digifotograafia puhul tuuakse tihti esile selle nõrk kontakt reaalsusega. Piltide järeltöötlusvõimalused on teadvustanud inimestele foto manipuleeritavat olemust. Kuna digitaalseid kujutisi saab kergesti muuta, ümberkonstrueerida, on jõudnud paljud järeldusele, et digifotod ei ole indeksiaalsed, sest neil puuduvad jäljed materiaalsest minevikust, nii nagu see oli traditsioonilise foto puhul (Murray 2008: 157).

Digifotode puhul on järeltöötlus, manipulatsioon (nt punasilmsuse eemaldamine) ilmsem, kui see oli analoogfoto puhul. Keightley ja Pickering (2014: 578) nendivad, et arutlused digifoto tõepärasuse puudumisest alahindavad tõsiselt analoogfoto manipuleeritavuse võimalusi. Nõustun, et analoogfoto indeksiaalsus, milles nähakse kui reaalsuse jälge valgustundlikul paberil, seletab foto toimimist lihtsustatult. Foto on alati olnud manipuleeritav, ning mitte ainult eesmärgil petta, varjata, valetada. Foto lihtsalt nõuabki fotograafi olemasolu, tema subjektiivset otsust. Mõnes mõttes oli analoogfoto puhul sekkumine isegi ilmsem, sest paberfoto eeldas manuaalset töötlust — positiivkujutis tuli filminegatiivilt kättesaamiseks uuesti kadreerida, sättida valgust, tonaalsust, kontrasti jm. Selline manipulatsioon kuulub lihtsalt fotografeerimise protsessi juurde, digitehnoloogia on neid võimalusi laiendanud ja lihtsustanud. Iseasi on see, kui pildiga soovitakse tahtlikult reaalsust moonutada. Selleks on kindlasti digifoto võimalused laiemad. Digifotole lisab manipuleeritavuse võimalusi ka selle mittemateriaalne, lõpetatamata vorm — see on igal hetkel edasi töödeldav.

Arvan, et fotograafia kättesaadavus on inimestele selle toimemehhanisme rohkem teadvustanud. Fotol sarnaneb väga reaalsusele, kuid ei ole samane. Mida rohkem fotograafiaga kokku puututakse, seda enam ka õpitakse tundma nii selle konstrueerimisprotsessi kui ka foto kui teksti lugemist.

Digitehnoloogia on toonud personaalsesse fotograafiasse uue **esteetika**. Argine ja banaalne sisu, efemeerne olemus kajastub pildikeeles. Fotole ongi omane maailma näidata huvitavamana. Sontag (Movius 1975) ütleb, et kõik võib olla huvitav, kui sellest foto teha.

Banaalses ja juhuslikus leidub ilu, mida foto aitab avastada, „see on viis tervet maailma estetiseerida“ (samas). Personaalses fotos on argise kujutamine ilusa ja huvitavana palju rohkem esil, kui varem.

Murray (2008) on uurinud veebikeskkonda *Flickr*, mida kasutatakse nii personaalsete kui ka professionaalsete, institutsionaalsete jm fotode hoidmiseks, haldamiseks ja jagamiseks.

Populaarsematel Flickr'i lehtedel on pildid argisest koos autobiograafiliste viidetega selle inimese tööisele või kodusele elule. Neil on mingisugune kunstiline taotlus või pretensioon oma kompsitsioonis, valgustuses, kadreeringus. See kõneleb uuest esteetikast ja funktsioonist — sellisest mis on pühendunud linliku vaate uurimisele ja selle suhtele lagunemise, võõrandumise, kitsiga ja selle võimekusse leida ilu argisest. (Murray 2008: 155)

Flickr'i fotode põhjal järeldeb Murray (2008: 151), et perekondlike eriliste hetkede asemel on personaalne foto pigem vahetu, põgus hetk mingile lihtsale ja argisele avastusele, nagu näiteks pudelid, muffinid, puud, varemed või arhitektuurilised elemendid. „[S]ee jagatud igapäevaelu esteetika, mida konstrueeritakse, eelistab väikest, argist, linlikku ja industriaalset“ (samas, 161). Personaalsed fotod rõhutavad isiklikku vaadet maailmale, autori subjektiivset pilku. Sellised pildid kõnelevad, et meie vaade maailmale on unikaalne ja huvitav ning sellega seoses ka meie ise (Gye 2007: 282). Autobiograafilise vaate rõhutamine iseloomustab ka kaasaegse kultuuri teisi valdkondi, digimodernismi ja uussiiruse kontseptsioon toob esile individuaalse tõe. Kuid iseenda ja oma isikliku vaate rõhutamine võib viia ka nartsissismini. „Me oleme tulvil nartsissismist, mis ei ole kui enesearmastus, vaid on seotud pidevava otsusega iseendale, mis küsib: mida see tähendab minu jaoks? Nartsissistlik isik otsib ja ootab „reaalset“ ja ehedat kogemust, mis on ainult tema enda vajaduste ja ootuste raamistik.“ (Palmer 2005: 163)

Gye (2007: 286) osutab, et rohke pildistamise tulemusel on sündmuste olulisus muutunud hinnatavaks „pildistamisväärse“ mõistega. Kui mingit sündmust ei ole jäädvustatud, siis see on justkui vähem väärtuslik. „Sellest on tekkinud lääne kultuuris lausa perversne iha kõike dokumenteerida, kõiki elu aspekte, sest muidu neid ole justkui eksisteerinud“ (samas).

Personaalse foto pildikeelt on mõjutanud ka pildistamise lihtsus — pildistada on võimalik spontaanselt ja see väljendub ka otseselt kujutistel. Tänu rohkele pildistamisele on vähem poseeritud ja rohkem loomulikke pilte (Keightley jt 2014: 582).

Digitaalne fotograafia on toonud personalses fotos esile loomingulise **eneseväljenduse** funktsiooni. Loomingulisus rohujuuretasandil on ka üks vernakulaarse kultuuri tunnuseid (Jenkins 2006: 132). Varasemalt oli see tagaplaanil — pildistati eelkõige selleks, et olulist mäletada. Personaalse fotograafia eesmärk võibki olla eneseväljendus, kus pilti tehakse lihtsalt esteetiliseks naudinguks või huumori pärast. Varasemalt oli esteetika pigem professionaalsete fotograafide pärusmaa. Kaasaegses kultuuris ei ole aga amatööri ja professionaali suhe enam rangelt eristatav, pildistamine on kättesaadav paljudele. „Mobiiltelefonid suurendavad kahtlemata võimalust ennast väljendada ja oma isiklikku vaadet teistele esitleda. Kuid mobiilpiltide ajutine olemus tähendab, et eneseväljendus on nihkunud „sellest, mida ma nägin siis“ „sellele mida ma näen praegu“. (Gye 2007: 285)

Pildistamine ja fotode hulk on tänapäeval massiline. Paratamatult suur osa sellest piltide hulgast ebakvaliteetne ja sisuvaene. Kuid sellel on ka positiivne külg — koos fotode kvantiteediga on arenenud ka kvaliteet: kasvanud on inimeste **visuaalne keeleoskus**. „Pidev valmisoleks pildistamiseks julgustab inimesi vaatama maailma „fotograafiliselt“ — piltidena, ja nägema ilu ja huvi igapäevases. Ja lihtne internetipõhine jagamine loob auditooriumi.“ (Van House jt 2005) Kuid iga keelt tuleb õppida, nagu on rõhutanud Juri Lotman (2004: 9). Keele vahendeid peab tundma, et neid osata paremini kasutada. Tänapäeval kasutatakse eneseväljenduseks tihti just visuaalseid sõnumeid. Isiklikke teateid, kus keegi on, mida teeb, kuidas ennast tunneb, väljendatakse tihti hoopis visuaalselt ja mitte verbaalselt. Pildil on erinevad väljendusvahendid kui sõnal. Mitmekeelsus on kultuuri vältimatu omadus (Lotman 1999: 43) — ükski keel ei ole ammendav selle kirjeldamiseks.

Personaalne foto täidab ka väga tugevalt **eneseesitluse** funktsiooni — fotodega näidatakse ennast, luuakse ja kinnitatakse oma identiteeti. „Kui fotod on organiseeritud mingisse järgnevusse, nagu albumisse või blogisse, siis need on loodud loo rääkimiseks. Fotod on viis luua omaenda elust, grupist või perekonnast narratiivi.“ (Van House jt 2004: 6)

Personaalsed fotod on palju isiklikumad ja intiimsemad kui varasemalt perekondlikud pildid. Piirid avaliku ja privaatse vahel on hägusamad ja komplekssemad kui varem. „Paljud fotod on tehtud magamistubades või vannitubades, aga on üles laetud avalikult ligipääsetavatele internetilehekülgedele (Lasén jt 2009: 209).“ Personaalsed pildid on tihti paljastavad ja seksuaalse alatooniga.

Omamoodi eneseesitluse vormiks on saanud *selfie*'d. *Selfie* ei ole mitte igasugune autoportree, vaid mobiiltelefoniga/ digikaameraga/ arvutiga tehtud pilt iseendast, mida jagatakse sotsiaalmeedias. Fotode eesmärk on suhestuda teistega, saavutada äratundmine, imetus, heakskiit, vastuvõtt (Fausing 2013). Identiteedi loomine on seotud „teisega“ läbi eristamise ning fotod sotsiaalmeedias loovad selle võimaluse. *Selfie*'del on oma iseloomulik esteetika — tavaliselt on see tehtud käsi pikalt kaameraga ettesirutatult või siis pildistades peegeldust. Sellest tulenevalt jääb enamasti pildile portree näost ja mõningal määral ka ülakehast ja ümbritsevast keskkonnast. Pildid on tihti udused, fookus võib olla juhuslik, mitte näol ja silmadel nagu klassikalisel portreefotol. Fausing (2013) ütleb, et *selfie*'de puhul on üsna tavaline analoogfoto esteetika, mis peaks veel rohkem rõhutama inimlikkust, subjektiivsust, argisust. Nagu igasuguse autoportree puhul, on *selfie*'de puhulgi oluline soov iseennast kõrvalt näha. Kaasaegsele fotograafiale, mis on muutunud üha intiimsemaks ja enesekesksemaks, võib heita ette nartsissistlikkust ja ekshibitsionistlikkust ning seda võib väita ka *selfie*'de kohta. Ometi ei ole selle pideva eneseosutuse taga pelgalt edevus. Enese kõrvalt vaatamine, kontekstualiseerimine ning teistega suhestumine on osa identiteedi protsessist. Fausing (samas) ütleb, et *selfie*'de funktsioon on peegeldamine, identiteedi loomine ja äratundmine, inimesed tahavad kontrollida, kuidas nad kõrvalt paistavad.

Personaalses fotograafias on loominguline funktsioon väga olulisel kohal. See on õpetanud inimesi oma argielu fotograafiliselt vaatama ning ennast visuaalselt väljendama. Visuaalse keeleoskuse arengus näen ma personaalse fotograafia suurimat panust. See kajastub ka teistmoodi pildiestetikas — fotod on spontaansemad, mitmekülgsemad ning kasutavad kunstilisi väljendusviise. Individuaalsusele suunatus tõstab üha enam esile ka eneseesitluse funktsiooni ning võimaldab fotot kasutada identiteedi kujundamisel.

3.3.3 Mnemoonilisus

Mnemoonilisust on peetud foto üheks esmaseks funktsiooniks. Foto võimaldab täpselt ja detailselt representeerida, selle ikoonilised ja indeksiaalsed omadused viitavad olnule ja aitavad seda meeles hoida. Foto aitab inimestel oma isiklikke mälestusi luua ja hoida ning osaleb ka kultuurimälu konstrueerimises. Kui paljud autorid on täheldanud foto mnemoonilise funktsiooni kahanemist personaalses fotograafias, siis Keightley ja Pickering (2014: 579) väidavad vastupidist — mälu funktsioon ei ole vähenenud, vaid on endiselt kõige olulisem, iseloomustades ühtlasi järjepidevust analoog- ja digifotograafias.

„Fotograafiat kasutatakse üha enam argiste, vahetute hetkede ja väikeste asjade jäädvustamiseks“ (Murray 2008: 151). Analoogfotograafia ajastul oli kõige tavalisem pildistamine perekondlikel sündmustel; pildistati oma lähedasi ja hoiti pilte albumis või karbis. Neid vaadati isekeskis ja näidati teistele, vaatamine oli alati sündmus. Digipilt on odav ja lihtne, neid tehakse nii iseenda jaoks kui ka mingi sõnumi edastamiseks teistele. Kommunikatiivsed fotod on oma olemuselt efemeersed, mäletamine ei ole nende esmane eesmärk. Need mõeldud hetkeseisundi jagamiseks ja hiljem kaotavad need tähenduse.

Aga, et digitaalseid fotosid on nii palju ja need on väga mitmekesised, siis on inimestel ka rohkem materjali, millega oma mälutööd toetada (Van House 2011: 130). Isikliku, intiimse jäädvustamine on fotos toonud esile **individuaalse mälu** funktsiooni. Personaalsed fotod aitavad mäletada oma isiklikke kogemusi ja tundeid. Pildid igapäevaelust aitavad meeles hoida seda argist, tavalist osa meie elust. Fotod aitavad „tuvastada, mis on peidetud tavapärase ja enesestmõistetava sisemistesse mehhanismidesse (Knowles, Sweetman 2004: 7)“. See tõstab esile tavalise, normaalse — selle, mida on raske märgata, sest see on nii loomulik. See „tavaline“ moodustabki kultuuri olemuse. Nii peegeldavad personaalsed fotod inimeste kodust elukorraldust, tavasid, rutiine. Just poseerimata argised fotod kujutavad argisust oma nüanssidega: pooleliolevate tegevustega, tavaliste riidetega, poseerimata olemises.

Personaalne fotograafia on nii tihedalt seotud igapäevaelu mäletamispraktikatega (Keightley jt 2014: 579). Personaalsetele fotodele on ligipääs pea igal pool, nii enda kui teiste piltidega puututakse pidevalt kokku. Seega on inimestel ka pidev kontakt oma

mälestustega. „Digitaalsete fotode jagamine laiemale, hajutatud publikule ei vähenda ilmtingimata foto kui mälu vahendi funktsiooni. See võib seda isegi suurendada läbi digitaalsete ja mobiiltelefonide kaamerate piltide kiire leviku.“ (Samas, 588)

„Digifotode vaatamine ei soosi sellist struktureeritud vaatamist, nagu album (samas, 584).“ Albumites on pildid korrastatud, asetatud mingisse lineaarsusesse, mõnikord täiendatud tekstiga. Digifotode vaatamine on juhuslikum. Ka arvutites ja mobiiltelefonides võivad pildid olla korrastatud kuupäevalistesse kataloogidesse, kuid digipiltide organiseerimine on võimalusterohkem, keerulisem. Mobiiltelefonidega on peaaegu pidevalt ligipääs personaalsetele fotodele, mis võivad olla salvestatud mobiiltelefoni või mõnele veebilehele. Sellega on saanud võimalikus fotode spontaanse vaatamine — pilte on võimalik igal hetkel vaadata ning meenutada isiklikke toredaid hetki. Keightley, Pickering (2014: 585) järeldasid, et inimesed vaatavad pidevalt oma isiklikke pilte, neid kasutatakse näiteks arvuti ekraanisäästjal slaidiprogrammina ja lehitsetakse mobiiltelefonides. Selline vaatamine võib olla väga emotsionaalne ning võib järeldada, et personaalsed mäletamispraktikad on endiselt väga olulised (samas).

Identiteet on seotud sellega, kuidas me ennast näeme, mäletame ja esitleme. Analoo- foto sidus meie isiklikke mälestusi perekonnaga. Kuid Palmer (2010: 156) toob välja, et fotoalbumid kajastavad küll näiliselt tõelisi perekondlikke sündmusi, kuid on tegelikult orienteeritud siiski õnnelike hetkede jäädvustamisele, kandes seega tüüpilist perekonna koherentsuse ja ühtekuuluvuse müüti. Personaalne fotograafia aitab meil mäletada rohkem tavapärast, loomulikku, erinevaid olukordi, mitmekülgseid emotsioone. Selles osas on foto mnemooniline võimekus kasvanud.

Foto olulisus on tõusnud ka **grupimälu** jaoks — fotosid luuakse suurel hulgal ja jagatakse läbi erinevate meediumite. See tähendab, et meil on kultuuri kohta väga palju pildilist materjali. Suur osa kultuurist on tavainimeste poolt visuaalselt jäädvustatud ning need pildid on olulised kultuuri kirjeldamisel ja mäletamisel. Peale kavatsusliku on personaalsetes fotodes alati ka mitteintentsionaalset. Fotod kannavad mitmeid tähendusi ning need kõik omavad kultuuri mäletamisel olulist rolli. Perekonnapildid kõnelevad mõnekümne aasta pärast eredalt ka sellest, milline oli riietemood ja kuidas olid kodud sisustatud. Personaalse foto olulisus kultuurimälus seisneb selles, et pildid aitavad jäädvustada ja kirjeldada tavalist

ning võimaldavad hiljem ka selle kohta küsimusi esitada. Siinkohal on oluline ka foto ikoonilistel omadustel, sellel et foto suudab väga efektiivselt, detailselt ja põhjalikult representeerida.

Kuigi mäletamine ei pruugi enam alati olla personaalse fotograafia esmane eesmärk, siis ei ole selle funktsiooni olulisus siiski kadunud. Argised pildid kannavad endas palju mitmekülgseid emotsionaalseid mälestusi ning suurel hulgal infot kultuuri enda kohta.

KOKKUVÕTE

Kaasaegses kultuuris on visuaalsus väga olulisel kohal, sest kujutised ümbritsevad meid kõikjal, nii avalikus ruumis kui ka isiklikus elus. Visuaalkultuur ise ei ole uus nähtus — see on kultuuri üldine omadus, mis koondab endasse kujutised ning nendega seotud praktikad. Kuid tehnoloogia areng on kultuuri plahvatuslikult mõjutanud, millega seoses on eriliselt esile tõusnud kujutised ning erinevate nähtuste visualiseerimine. Selles kultuurisituatsioonis on esile tõusnud personaalse fotograafia valdkond. Käesolevas töös seadsin eesmärgiks uurida, kuidas toimib personaalne fotograafia kaasaegses visuaalkultuuris.

Personaalset fotograafiat võib pidada uueks diskursuseks, sest sellele on omased praktikad, mis varem ei olnud tehniliselt võimalikud. Personaalsed fotod väljendavad indiviidi isiklikku elu selle pisiasjades ja avalduvad lakkamatus pildivoos, millele on avalik juurdepääs laial auditooriumi. See on saanud võimalikuks tänu pildistamise lihtsusele, odavusele ja kättesaadavusele,

Kuigi isiklikud fotod on muutunud seoses uue meedia tulekuga, siis nõustun José van Dijckiga (2008: 58-59), et „personaalne fotograafia ei ole muutunud digitaaltehnoloogiate tulemusel, vaid fotograafia muutuv funktsioon on osa komplekssest tehnoloogilisest, sotsiaalsest ja kultuurilisest transformatsioonist“. Jõudsin uurimistöös järeldusele, et personaalne fotograafia peegeldab ja manifesteerib kaasaja kultuurile omaseid tunnuseid nagu

individuaalsus, autobiograafilisus, vernakulaarne autoriteet, kaasatus ja osalus tekstiloomes, meediumite konvergens, faatilisus, efemeersus jpm.

Muutused ei ole toimunud mitte ainult fotograafia praktikates, vaid need on mõjutanud ka selle tähendust. Foto analüüsimine tekstina aitab mõista foto tähendusi lähtuvalt selle funktsioonidest, mis Juri Lotmani järgi on kommunikatiivsus, tähendusloome ning mnemoonilisus. Analüüsisin nende funktsioonide avaldumist personaalses fotograafias ning täheldasin, et kõik need funktsioonid on oluliselt esindatud, kuid nende sees on toimunud mõned nihked.

Traditsioonilise isikliku ja perekondliku foto kõige olulisem eesmärk on olnud seotud mnemoonikaga. Need pildid kujutavad eelkõige olulisi inimesi ja sündmusi, täidavad perekonnakroonika ülesannet, seovad perekonda ühtsete narratiividega ning loovad ühiseid mälestusi. Kaasaegne personaalne fotograafia täidab samuti mäletamise eesmärki. Pildid, mis peegeldavad inimese isiklikku argielu, väljendavad individuaalseid mõtteid ja tundeid on oluline vahend mälestuste loomiseks. Kuna personaalsed fotod on lihtsasti kättesaadavad ja avalikult jagatavad, siis on need ka oluline materjal kultuurimälu konstrueerimisel.

Üks suurim muutus, mida uus meedia on fotograafiasse toonud, on võimalus isiklike pilte avalikult esitleda. Kui paberfotode vaatamine oli füüsiline kogemus mis eeldas reaalselt kontakti teise inimesega, siis nüüd on vaatamine virtuaalne. Sellega seoses on leidnud rakendust foto head kommunikatiivsed omadused — foto suudab väga efektiivselt informatsiooni salvestada ja edastada. Personaalse foto väljundiks on saanud oma isikliku elu jagamine teistega. Selline foto on küll tihti lihtsa sõnumiga ja efemeerne, kuid on väga tõhus suhtlusvahendid. Varasemalt avaldus foto kommunikatiivsus eelkõige sotsiaalsete suhete peegeldamises läbi selle, keda ja kuidas fotodel kujutati. Personaalne foto kajastab küll rohkem indiviidi isiklikku elu, kuid selle kommunikatiivne funktsioon väljendub kontakti loomises teistega.

Olulised muutused on toimunud isiklike fotode tähendustloovas plaanis. Fotod aitavad oma identiteeti kujundada, need annavad võimaluse nii ennast kõrvalt vaadata kui ka ennast esitleda. Kaasaegsele kultuurile on ette heidetud, et pidevalt iseenesele osutades mõjub see nartsissistlikult, kuid selline autokommunikatiivne protsess täidab olulist enesekorrastuse

eesmärgi. Kaasaegne kultuur väärtustab individuaalset tõde ning julgustab inimesi ennast loominguliselt väljendama. Arvan, et personaalse fotograafia kõige olulisem tähendus peitub selle loomingulise funktsiooni esiletõus. Pildistamine, mis on saanud võimalikuks peaaegu igasugustes olukordades, on õpetanud inimestele oma elu ja ümbritsevat vaatama poeetiliselt, nägema ilu ja huvitavust selle pisiasjades.

KASUTATUD KIRJANDUS

- Azoulay, Ariella 2008. *The Civil Contract of Photography*. New York: Zone Books.
- Barthes, Roland 2015. *Camera lucida: märkmeid fotograafiast*. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia kirjastus.
- Batchen, Geoffrey 2000. *Ectoplasm: Photography in a Digital Age*. — Carol Squires (ed.) *Over Exposed. Essays of digital photography*. New York: The New Press, 9–23.
- Bate, David 2016. *Photography: The Key Concepts*. London, New York: Bloomsbury Publishing.
- Becker, Howard S. 1974. *Photography and Sociology*. *Studies in the Anthropology of Visual Communication* 1: 3–26.
- Fausing, Bent 2013. *Selfies and the Search for Recognition*. See for your Selfie. Available <http://www.scribd.com/doc/167602342/Selfies-and-the-Search-for-Recognition-See-for-your-Selfie> (18.05.2016).
- Federman, Mark 2004. *The Ephemeral Artefact: Visions of Cultural Experience*. Paper presented at *eCulture Horizons: From Digitisation to Creating Cultural Experience*. Salzburg Research in Salzburg, Austria, 27–28 September 2004. Available <http://individual.utoronto.ca/markfederman/EphemeralArtefact.pdf> (18.05.2016).
- Freemann, Mark. 1993. *Rewriting the Self*. London, New York: Routledge.
- Gye, Lisa 2007. *Picture This: the Impact of Mobile Camera Phones on Personal Photographic Practices*. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 21: 2, 279–288.
- Holland, Patricia 2000. „Sweet it is to scan“: personal photographs and popular photography. — Wells, Liz (ed.) *Photography: a critical introduction* (2nd ed.) London: Routledge, 117–164.
- Ito, Mizuko 2005. *Intimate visual co-presence*. Position paper for the *Seventh International Conference on Ubiquitous Computing, Tokyo*, 11–14 September 2005. Available <http://www.itofisher.com/mito/archives/ito.ubicomp05.pdf> (18.05.2016).

- Jenkins, Henry 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, London: New York University Press.
- Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* 53: 59–68.
- Kirby, Alan 2009. *Digimodernism : How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. Continuum International Publishing.
- Kirby, Alan 2010. Postmodernismi surm ja mis saab edasi. *Vikerkaar* 3/2010: 66–73.
- Keightley, Emily; Pickering, Michael 2014. Technologies of memory: Practices of remembering in analogue and digital photography. *New Media Society* 2014: 6, 576–593.
- Knowles, Caroline; Sweetman, Paul 2004. *Picturing the Social Landscape: Visual Methods and the Sociological Imagination*. London: Routledge.
- Lasén, Amparo; Gómez-Cruz, Edgar 2009. Digital Photography and Picture Sharing: Redefining the Public/Private Divide. *Knowledge and Policy* 09/2009; 22(3): 205–215.
- Linnap, Peeter 2007. *Silmakirjad. Kirjutisi fotograafiast ja visuaalkultuurist 1986 - 2006*. Tartu Kõrgema Kunstikooli toimetised 3. Tartu: Tartu Kõrgem Kunstikool.
- 2008. *Fotoloogia*. Tallinn: Jutulind.
- Lister, Martin 2007. A Sack in the Sand. Photography in the Age of Information. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 13(3): 251–274.
- Lotman, Juri 1991. *Kultuurisemiootika: tekst — kirjandus — kultuur*. Tallinn: Olion.
- 1999. *Semiosfäär*. Tallinn: Vagabund.
- 2000. Inimesed ja märgid. *Vikerkaar* 1: 85–91 .
- 2001. *Kultuur ja plahvatus*. Tallinn: Varrak.
- 2002. Kultuuri fenomen. *Akadeemia* 12: 2644–2662.
- 2004. *Filmisemiootika*. Tallinn: Varrak.
- 2006. *Kunstilise teksti struktuur*. Tallinn: Tänapäev.
- 2010. *Kultuuritüpoloogiast*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Mälu kulturooloogilises valguses. Kättesaadav <http://lepo.it.da.ut.ee/~silvi11/lotmanitolked/malu%20kulturol.htm> (18.05.2016).
- Tekst ja Kultuuri mitmekeelsus. Kättesaadav <http://kodu.ut.ee/~silvi11/lotmanitolked/tekstjamitmek.htm> (18.05.2016).

- Manovich, Lev 2003. The Paradoxes of Digital Photography. — A. Wells (ed.), *The photography reader*. New York, NY: Routledge, 240–249.
- 2012. Uue meedia keel. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia.
- Miller, Vincent 2008. New Media, Networking and Phatic Culture. *Convergence* 14: 387–400.
- Mirzoeff, Nicholas 1998. What is visual culture. — Mirzoeff, Nicholas (ed.), *The Visual Culture Reader*. London, New York: Routledge, 3–13.
- Mitchell, W. J. Thomas 1994. Picture Theory: essays on verbal and visual representation. Chicago; London: University of Chicago Press.
- 2002. Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of visual culture* 2002 vol.2: 165–181.
- Mosco, Vincent 2004. The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace. Cambridge, London: The MIT Press.
- Movius, Geoffrey 1975. An interview with Susan Sontag, *Boston Review*, Jun., Available: <http://bostonreview.net/susan-sontag-interview-geoffrey-movius> (11.05.2016).
- Murray, Susan 2008. Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture* 2008 vol.7:147–163.
- Neisser, Ulric 1994. Self-narratives: True and false. — U. Neisser, R. Fivush (eds.) *The Remembering Self*. Cambridge: Cambridge University Press, 1–19.
- (Palmer, Daniel 2005. Mobile exchanges. Paper presented at the Vital Signs conference, ACMI, Melbourne, 8 Sept. — Viidatud Gye 2007: 286 kaudu).
- Palmer, Daniel 2010. Emotional Archives: Online Photo Sharing and the Cultivation of the Self. *Photographies* 3:2, 155–171.
- Pink, Sarah 2007. Doing visual ethnography. London: Sage.
- Ryan, Marie-Laure 2012. Narration in Various Media. — Peter Hühn et al. (eds.) *The living handbook of narratology*. Hamburg: Hamburg University. Available <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/narration-various-media#> (18.05.2016).
- Sarapik, Virve 2006. Fiktsioon ja tõde, kujutis ja vale. *Kunstiteaduslikke Uurimusi* 2006, kd 15 (4): 42–54.
- Sarvas, Risto; Frohlich David M. 2011. From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography. London: Springer.
- Sontag, Susan 2006. Fotograafiast. Tallinn: Tänapäev.
- Sturken, Marita; Cartwright, Lisa 2009. Practices of looking : an introduction to visual culture. New York ; Oxford: Oxford University Press.

- Van Dijck, José 2008. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* 7(1): 57–76.
- van Dijk, Jan 2006. The network society: social aspects of new media. London [etc.]: Sage.
- Van House A., Nancy; Davis, Marc; Takhteyev, Yuri; Ames, Morgan; Finn, Megan 2004. The Social Uses of Personal Photography: Methods for Projecting Future Imaging Applications. Available <https://webfiles.uci.edu/mgames/research/berkeley04-vanhouse-photos.pdf> (19.05.2016).
- Van House, Nancy A.; Davis, Marc; Ames, Morgan; Finn, Megan; Viswanathan, Vijay 2005. The uses of personal networked digital imaging: an empirical study of cameraphone photos and sharing. *CHI '05 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*: 1853-1856. Available http://people.ischool.berkeley.edu/~vanhouse/van_house_chi_short.pdf (11.05.2016).
- Van House, Nancy A. 2011. Personal photography, digital technologies and the uses of the visual. *Visual Studies*, Vol. 26, No. 2, June 2011: 125-134.
- Viires, Piret 2011. Pärast postmodernismi. *Vikerkaar* (4-5): 163–164.
- Worth, Sol 1981. Studying visual communication. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

SUMMARY

Personal Photography and its Functions in Contemporary Visual Culture

The aim of this research is to analyse personal photography through its functions in the contemporary visual culture. Personal photography is a new discourse that has risen up within the new media. It visualises person's individual life with its details, thoughts and feelings, which are expressed as a flow of images.

In my research I describe and analyse photography as a semiotic text, which according to Juri Lotman has three universal functions: it is communicative, creative and mnemonic. The first chapter gives a short overview about characteristics of photography.

The second chapter focuses on the contemporary visual culture. Visual culture itself is nothing new — it is an intrinsic quality of culture. Still, in contemporary culture we can speak about growing significance of visualisation and image. Innovations in information and communications technology that made photography accessible for everyone have had an important role in it. The rise of new media brought an explosion in culture, which according to Lotman is a revolutionary process that affects almost all of the cultural spheres. Personal photography reflects and manifests the characteristics of contemporary culture like individuality, self-reflection, vernacular authority, participation, media convergence, phatic communication, ephemerality etc.

The last chapter analyses how functions of personal photography have changed within contemporary visual culture. Taking photographs has been seen primarily as an act of

memory. Traditional domestic photography represents important people and events. These images bond families together with mutual narratives. Contemporary personal photography focuses more on individuality, but as photos reflect everyday situation in great detail, they are also strongly interweaved with remembering practises. Photography evokes memories and personal photographs are also a versatile material for collective memory.

The biggest shift that the new media has brought up has occurred in photography's communicative function and has to do with public photo sharing. Because of the tangible nature of analogue photograph, the viewing of photo albums was physical experience and social event. The viewing of digital images is done virtually. Although the images mostly represent individual experiences, the photographs work as an effective tool for communication. The intension of personal photography is to share one's personal life, thoughts and emotions and photography has good qualifications for representing it.

The creative function of personal photography permits construction of identity, self-presentation and self-expression. All the functions of photography are present in the field of personal photography — it provokes memories, reflects and creates social relationships and is part of a creative meaning making process. As a most important change I see that photography has taught people to look the world poetically, to see and represent beauty and interest in everyday situations and details.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Nele Tammeaid,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Personalse fotograafia funktsioonid kaasaegses visuaalkultuuris“, mille juhendaja on Peeter Torop,
 - 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Allkiri:

Tartus, **23.05.2016**